



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Joni Juhani Suvanto

PÄÄTYKATSOMOSSA - näkökulma vaasalaiseen jääkiekkokannattajuuteen

Sosiaali- ja terveysala

2009

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

Sosiaalialan koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

| | |
|--------------------|---|
| Tekijä | Joni Suvanto |
| Opinnäytetyön nimi | Päätyksomossa - näkökulma vaasalaiseen jääkiekkokannattajuuteen |
| Vuosi | 2009 |
| Kieli | suomi |
| Sivumäärä | 49 + 3 liitettä |
| Ohjaaja | Hans Frantz |

Jääkiekko-ottelussa keskeisinä tunnelmanluojina ovat joukkueiden kannattajat. Jääkiekkokannattajat iästä, sukupuolesta tai sosioekonomisesta asemasta riippumatta kokoontuvat yhteen ja kulkevat suosikkijoukkueensa mukana juhlimassa menestystä tai nielemässä tappion karvasta kalkkia.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää vaasalaisen aktiivikannattajan kannattajuuden syntymiseen vaikuttavia seikkoja sekä kannatustoimintaan käytettyä ajallista ja taloudellista panostusta. Lisäksi pyrittiin selvittämään kannattajuuden merkitystä sekä sen hyviä ja huonoja puolia. Tutkimuksen kohderyhmänä käytettiin pääasiassa Vaasan Sportin kannattajaryhmittymän Red Army:n rekisteröityneitä jäseniä. Tutkimus suoritettiin sähköisen e-kyselylomakkeen ja teemahaastattelujen avulla.

Kannattajuuden syntyyn vaikuttavina tekijöinä olivat henkilön kiinnostus lajiin, kannatettavan seuran paikallisuus sekä nähty ottelu paikan päällä. Ajallisesti kannattajuuteen panostettiin alle kolme tuntia viikossa ja taloudellisesti alle 1000 euroa vuodessa. Kannattajuuden hyviä puolia olivat uusiin ihmisiin tutustuminen, tekeminen vapaa-aikana sekä kannattajuuden antama sisältö elämään. Lisäksi kannattajuuden mukanaan tuomat erilaiset tunnekokemukset koettiin hyväksi puoleksi. Huonoina puolina esiin nousivat toiminnan aikaa ja rahaa vievä näkökulma sekä tappioiden aiheuttamat pettymykset. Lisäksi huonoina puolina koettiin muiden fanien huono käytös sekä perhe- ja parisuhteen kärsiminen kannattajatoimintaan liittyvän panostuksen vuoksi.

Asiasanat kannattaja, fani, ryhmä, identiteetti, Vaasan Sport

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sosiaalialan koulutusohjelma

ABSTRACT

| | |
|--------------------|---|
| Author | Joni Suvanto |
| Title | A View from the Seat behind the Goal - Ice-Hockey Supporters in Vaasa |
| Year | 2009 |
| Language | Finnish |
| Pages | 49 + 3 Appendices |
| Name of Supervisor | Hans Frantz |

Ice-hockey supporters are in a key role in creating an atmosphere in ice-hockey games. Different kinds of people, despite age, gender or social status, gather to support their team in the success and defeat.

The purpose of this bachelor's thesis was to find out what the key factors are when starting to support the ice-hockey team Vaasan Sport. A further purpose was to study the use of time and economic resources in supporting the team and also what the meaning of being a supporter is to an individual. The target group included the registered members of the Red Army Supporter Club. Questionnaires and theme interviews were used to carry out the study.

The main reason for becoming a supporter was a general interest in ice-hockey, local team and having seen an ice-hockey match live. The time used for this was under three hours per week and economical contribution was under 1000 Euros annually. Meeting new people, having a free time activity and an enriched quality of life were experienced as positive sides of supporting. Negative sides were among others stress related to use of time and money and disappointment after defeats. Furthermore fellow supporters' unacceptable behavior and the negative influence on the relationships to close persons were listed as cons.

Key words Supporter, Fan, Group, Identity, Vaasan Sport

SISÄLLYS

| | |
|---|-----------|
| <u>TIIVISTELMÄ.....</u> | <u>2</u> |
| <u>ABSTRACT.....</u> | <u>3</u> |
| <u>LIITELUETTELO.....</u> | <u>6</u> |
| <u>1 JOHDANTO.....</u> | <u>7</u> |
| <u>2 URHEILUKANNATTAJUUDEN HISTORIAA.....</u> | <u>9</u> |
| <u>3 FANIT JA FANIUS.....</u> | <u>11</u> |
| <u>3.1 Fanius.....</u> | <u>12</u> |
| <u>3.2 Faniuden synty</u> | <u>13</u> |
| <u>3.3 Fanityypit.....</u> | <u>15</u> |
| <u>3.4 ”Fanikrääsä”</u> | <u>16</u> |
| <u>4 IDENTITEETTI.....</u> | <u>17</u> |
| <u>4.1 Fani-identiteetti.....</u> | <u>17</u> |
| <u>4.2 Paikallisidentiteetti.....</u> | <u>18</u> |
| <u>5 RYHMÄ.....</u> | <u>19</u> |
| <u>5.1 Ryhmän toiminta.....</u> | <u>20</u> |
| <u>5.2 Tavoitteellinen ryhmä.....</u> | <u>20</u> |
| <u>6 EPÄSOSIAALINEN KÄYTTÄYTYMINEN JOUKKOTAPAHTUMISSA....</u> | <u>22</u> |
| <u>7 VAASAN SPORT.....</u> | <u>23</u> |
| <u>7.1 Yleistä Vaasan Sportista.....</u> | <u>23</u> |

| | |
|--|----|
| 7.2 Red Army/Vaasan Sportin kannattajayhdistys..... | 24 |
| 8 TUTKIMUSAINEISTON ESITTELY..... | 25 |
| 9 TUTKIMUSTYÖN KUVAUS..... | 26 |
| 9.1 Tutkimusongelmat..... | 26 |
| 9.2 Tutkimusmenetelmät..... | 26 |
| 9.2.1 Survey-tutkimus | 26 |
| 9.2.2 Teemahaastattelu..... | 27 |
| 9.2.3 Tutkimustulosten analysointi..... | 27 |
| 10.1 Kannattajuuden syntyyn vaikuttavat tekijät..... | 31 |
| 10.2 Kannatustoimintaan panostaminen..... | 33 |
| 10.3 Jääkiekko-ottelussa merkittäviksi koetut asiat..... | 34 |
| 10.4 Kannattajien kokemuksia kannattajuudesta..... | 35 |
| 10.5 Väkivallan kokemuksia jääkiekkoyleisön keskuudessa..... | 37 |
| 10.6 Teemahaastattelut..... | 38 |
| 11 JOHTOPÄÄTÖKSET..... | 41 |
| 12 POHDINTA..... | 43 |
| LÄHDELUETTELO..... | 46 |

LIITELUETTELO

LIITE 1 Saatekirje e-lomakekyselyyn

LIITE 2 E-lomakkeen kysymykset (suomeksi)

LIITE 3 E-lomakkeen kysymykset (ruotsiksi)

1 JOHDANTO

Urheilutapahtuman seuraaminen paikan päällä tai televisiosta koetaan aina subjektiivisesti. Siinä missä toinen jännittää oman joukkueensa menestymisen puolesta, voi toinen ihaila areenan tunnelmaa välittämättä kentän tapahtumista. Yleisön äänekkäin ryhmä on tavallisesti seuran aktiivikannattajat, fanit, jotka seuraavat suosikkijoukkueensa taivalta läpi pitkän runkosarjan, kevään pudotuspelien päätökseen asti.

Urheilutapahtuman seuraaminen paikan päällä on sosiaalinen tapahtuma, jossa ihmiset eri elämäntilanteista ja sosioekonomisista asemista riippumatta kokoontuvat yleisöksi nauttimaan urheiluviihteestä, tapaamaan tuttuja, hakemaan vastapainoa arkisille asioille ja kannustamaan suosikkijoukkuettaan. Jääkiekon seuraaminen yhdistää ihmisiä ja parhaimmillaan se voi johtaa paikalliseen hurmukseen, jossa koko maakunta elää tiiviisti oman kaupungin tai alueen joukkueen mukana.

Kannattajuuden taustalla on näiden lisäksi henkilökohtaisempi näkökulma, joka viime kädessä on ratkaisevaa kannattajuuden kokemiselle. Jääkiekko-ottelun seuraamiseen liittyvä jännitys, kihelmöinti, voiton ja menestyksen jälkeinen riemu ja tappion hetkellä purkautuvat tunnetilat ovat niitä ominaisuuksia, jotka ihminen voi ainoastaan henkilökohtaisesti kokea.

Jääkiekkoilun asema on aina ollut maassa näkyvä ja merkittävä. Todelliseen nousuun on päästy viimeistään vuoden 1995 maailmanmestaruuden jälkeen. Menestys maailman cupissa 2000-luvun alkupuolella sekä suomalaispelaajien esiintyminen Pohjois-Amerikan ammattiliigassa ja enenevässä määrin Venäjän KHL:ssa ovat omalta osaltaan vahvistaneet jääkiekon valta-asemaa Suomessa.

Tämän opinnäytetyön aiheena on ollut selvittää vaasalaisen jääkiekkokannattajan kokemuksia omasta faniudesta, sen vaikutuksista henkilön sosiaaliseen elämään, kannattajuuden syntyyn liittyvistä syistä, käytetystä taloudellisista ja ajallisista panostuksista sekä näkökulmia kannattajuuden hyvistä ja huonoista puolista.

Itse kohtalaisen aktiivisena liikunnan harrastajana ja sen seuraajana olen erityisen kiinnostunut aktiivikannattajan kokemuksista ja syistä, jonka vuoksi he seuraavat joukkueensa mukana niin menestyksen kuin tappion hetkellä sekä mitkä asiat ovat laittaneet kannattajuuden alulle.

Tutkimuksen kohderyhmänä on käytetty jääkiekon Mestaruussarjassa eli Mestiksessä pelaavan Vaasan Sportin aktiivikannatusyhdistys Red Armyn jäseniä. Oman mielenkiintoisen lisän aiheeseen tuo jääkiekon SM -liigan avautuminen Mestis -joukkueille, joka voittaessaan sarjansa karsii SM -liigassa viimeiseksi jääneen joukkueen kanssa ensi kauden liigapaikasta. Vaasan Sport on vahvasti kiinni mahdollisuudessa nousta SM -liigaan kaudeksi 2009 - 2010. Nousu jääkiekon korkeimmalle kansalliselle tasolle olisi merkittävä tapahtuma, ei ainoastaan seuralle ja sen kannattajille, vaan koko kaupungin ja alueen asukkaille.

Tätä työtä aloitettaessa olivat Mestiksen pudotuspelit täydessä käynnissä ja vaikka Vaasan Sport voitti Mestiksen mestaruuden, ei yritys riittänyt tällä kertaa nousukarsinnoissa. Kausi 2009 - 2010 on alkanut ja pitkä matka on edessä niin joukkueella kuin sen kannattajilla tavoitteena menestys liigaan nousun muodossa.

2 URHEILUKANNATTAJUUDEN HISTORIAA

Varhaisimpia yleisötapauhtumia on oletettavasti järjestetty Egyptissä, minolaisessa kulttuurissa sekä Etruskien toimesta. Näiden tapauhtumien sisällöistä ei ole varmuutta ja voidaankin vain arvailla niiden varsinaista tarkoitusta. Yhtäältä kyse on saattanut olla varhaisimpien urheilutapauhtumien, kuten kiekonheiton, nyrkkeilyn ja juoksun seuraamisesta, toisaalta orjien välisistä kilpailuista jumalten ja yläluokkaisten miesten miellyttämiseksi. (Guttmann 1986, 13.)

Muinaisessa Kreikassa ja Roomassa järjestettiin varmuudella suuria yleisötapauhtumia. Guttmannin mukaan kreikkalaiset olivat pääasiassa urheilijoita, kun vastaavasti roomalaiset sen seuraajia. Roomassa tunnetuimmat yleisötapauhtumat olivat gladiaattoreiden taistelut suurilla areenoilla. Vastaavasti muinaisen Kreikan urheilutapauhtumat käsittivät yleisurheilukilpailut. Ensimmäiset Olympian kilpailut järjestettiin oletettavasti kahdeksannella vuosisadalla ennen ajanlaskumme alkua. Kuitenkin vasta kuudennella vuosisadalla ennen ajanlaskumme alkua rakennettiin Olympiaan ensimmäinen stadion. Urheilutapauhtumien seuraaminen ja niihin osallistuminen oli tarkoitettu ainoastaan miehille aikana, jolloin ihmisen fyysinen täydellisyys kiinnosti kreikkalaisia enemmän kuin esimerkiksi naisten kauneus. (Guttmann 1986, 14–16.)

Keskiajalla merkittäviä ”yleisötapauhtumia” olivat sodankäyntiä ja taisteluita kuvaavat ottelut. Merkittävimpinä näistä olivat turnajaiset, joiden ”tähtiä” olivat ritarit. Aikakaudelle tyypillistä oli, että taisteluiden ja turnajaisten välinen raja oli usein ohut ja häilyvä. Näin ollen oli vaikea määritellä eroa todellisen ja ”kuvitteellisen” sodankäynnin välillä. Lisäksi turnajaisia järjestettiin juhlistaakseen kuninkaallisia häitä tai muita erityisiä tapauhtumia. (Guttmann 1986, 35–46.)

Myöhemmällä keskiajalla tyypillisimpiä urheilutapauhtumia olivat jousiammuntakilpailut. Verrattuna turnajaisiin, joiden järjestäminen oli kuitenkin melko satunnaista, jousiammuntakilpailuille oli tyypillistä, että niitä järjestettiin

säännöllisesti. Kilpailijat edustivat usein kotikaupunkejaan ja jo tällöin oli havaittavissa tiettyjä alueellisia vastakkainasetteluja. Kilpailijat sekä heitä seuraamaan tullut yleisö toimivat osaltaan omien alueidensa edustajina. Suurista jousiammuntatapahtumista saatettiin parhaimmillaan ilmoittaa yleisölle kuukausia ennen kilpailuja. Ilmoitukset olivat painetuissa muodoissa ja niiden alueellisiin levityksiin kiinnitettiin enenevässä määrin huomiota. (Guttmann 1986, 46–47.)

Varhaisella nykyajalla eläinten välisiin taistoihin liittyvät tapahtumat, kuten kukko- ja koiratappelut olivat varsin tavallisia. Niitä seuraava yleisö koostui pääasiassa alempien sosiaaliluokkien edustajista. Etenkin Englannissa suuren suosion ja kiinnostuksen saavuttivat juoksukilpailut, joihin osallistuminen oli avointa vauvasta vaariin ja sukupuolesta riippumatta. Osaltaan niiden suosiota lisäsivät jaossa olevat palkintorahat. Kuitenkin suurimmat yleisömäärät vetivät hevosurheilutapahtumat, joita parhaimmillaan seurasi arviolta 100 000 katsojaa 1830-luvulla. Hevosurheilutapahtumien suuret yleisömäärät pakottivat järjestäjät yleisön hallitsemiseksi rajaamaan alueita ja mukaan tulivat myös tapahtumien pääsymaksut. Erilaiset kamppailulajit, kuten nyrkkeily, paini ja miekkailu kiinnostivat suurta yleisöä ja toivat katsomoihin yhteen niin ylemmät kuin alemmat sosiaaliluokat. (Guttmann 1986, 53–82.)

Nykyajalle siirtyminen on luonut urheilun seuraamiselle aivan erityiset puitteet. Joukkueurheilun korostuminen sekä selvempi erottelu urheilijoiden ja yleisön välille on ollut suurelta osin urheilujärjestöjen syntymisen ja median vaikutusta. Lisäksi urheilun kaupallinen merkitys on enenevässä määrin lisääntynyt, joka on vaikuttanut muun muassa yleisörakenteisiin. (Guttmann 1986, 83–123.)

”Aikamme gladiaattorit” - kuten heitä monessa urheilutapahtumassa on selostajien toimesta tituleerattu - ovat nykyajan sankareita, idoleita, paikallisuutemme ja kansallisuutemme näyteikkunoita, joista olemme ylpeitä ja joiden onnistumisten ja epäonnistumisten keskellä joko juhlimme tai olemme tukena tappion hetkellä.

3 FANIT JA FANIUS

Yhdysvaltalainen kulttuurintutkija Lawrence Grossberg määrittelee faniuden vain osana populaarikulttuuria. Eri kulttuurien välinen rajanveto on kuitenkin häilyvää, sillä kulttuurien kokeminen on subjektiivista. Populaarikulttuurin määritelmänä voidaan pitää sitä, että se on laajan kansanjoukon suosimaa kulttuuria, joka pyrkii irrottamaan nauttijansa arjesta. Usein populaarikulttuuri samaistetaan massakulttuuriin, vaikka se on laadullisessa mielessä kulttuurin muotona laajempi. Tunnusomaista populaarikulttuurille on, että sillä on kyky houkutella sen kannattajat kulutukseen. (Grossberg 1995, 34; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Huolimatta siitä, että korkeakulttuurin tai taiteen erilaisia muotoja voidaan arvottaa ja kuluttaa, ei ketään kuitenkaan pidetä taiteen faniina. Faniuden määrittelyssä ongelmat tulevat vastaan siinä vaiheessa, kun etsitään faniuden erotteluperusteita. Voidaanko kulttuurien välisiä eroja millään tavalla erotella? Mikäli pyritään tekemään erottelua kulttuurien sisältöjen välillä esteettisten tai moraalisten kriteereiden välillä huomataan, että kulttuurien sisältöjä ei voida luokitella. Populaarikulttuurista voi tulla korkeakulttuuria ja kulttuurien sisällöt voivat kuulua useampaan alakulttuuriin samanaikaisesti. (Grossberg 1995, 34–35.)

Voidaankin sanoa, että ihmisen on mahdotonta elää maailmassa, jossa hän ei olisi jatkuvasti usean tietyn asian fani. Faniutta esiintyy muun muassa musiikin, television, sarjakuvan ja kirjallisuuden alalla. Asioiden merkityksellisyys on ratkaisevaa määriteltäessä ihmisen yhteyttä kulttuuriin suhteisiin. (Grossberg 1995, 49; Nikunen 2008, 7.)

Puhuttaessa faneista ja kuinka heidän suhteensa populaarikulttuuriin on syntynyt, oletetaan usein, että populaarikulttuuri vetoaa kritiikittömään ja vähäosaiseen yleisöön. Tällöin ajatellaan yleisön olevan helposti manipuloitavissa ja harhautettavissa pelkästään taloudellisen voiton saamiseksi. Harhauttaminen ei koske ainoastaan yleisön ohjaamista pois ”vakavan” kulttuurin parista vaan

todellisista yhteiskunnallisista kysymyksistä. Tällä tavalla on myös pyritty selittämään sitä, että fanit ovat tavallisimmin itsetunnoltaan epävarmoja teini-ikäisiä ihmisiä, jotka ovat alttiita vaikutuksille. (Grossberg 1995, 35.)

Grossbergin teorian mukaan kannattajat voidaan jakaa kahteen ryhmään, joista suurin koostuu populaarikulttuurin tekstejä sokeasti kuluttavista tyyryksistä. Saman näkemyksen mukaan kannattajien massasta nousee esiin paljon pienempi ja hajanaisempi ryhmä, joka omaksuen aktiivisesti populaarikulttuurin tekstejä antavat niille uuden ja omanlaatuisen merkityksen. Jotkut saattavat nähdä ne taiteena, oman elämäkokemuksensa ilmauksena tai vastaavasti käyttää niitä yhteiskunnallisesta asemastaan johtuvien paineiden vastustamiseen ja uusien identiteettien luomiseen. (Grossberg 1995, 36.)

3.1 Fanius

Aikaisemmin faniutta on pidetty yhteiskunnallisena ja psykologisena häiriötilana. Käsitykset faniudesta ovat kuitenkin muuttuneet viimeisen sadan vuoden aikana monimutkaiseksi, merkityksen muodostamiseen ja identiteettityöhön liittyväksi ilmiöksi. (Hirsjärvi 2009, 16.)

Fanius on vaikeasti määriteltävä ja ymmärrettävä käsite. Yksinkertaisesti sen voidaan ajatella liittyvän johonkin tiettyyn kohteeseen, joka tuottaa sen vastaanottajalle mielihyvää. (Grossberg 1995, 34–35.)

Irma Hirsjärvi on määritellyt faniuden monimutkaisena ilmiönä, joka ”ylittää monella tapaa ja joustavasti yksityisen ja yleisen, tekstin ja kontekstin, merkityksen ja kulttuurisen merkityksen tai tulkinnan ja käytänteiden eron” (Hirsjärvi 2009, 16).

Grossbergin mukaan faniuden käsite voidaan ymmärtää vain suhteessa erilaiseen kokemistapaan. Fanius voidaan käsittää eräänlaisena tunnetilana, jonka merkitys on riippuvainen siitä, kuinka paljon tietyllä asialla on yksilölle merkitystä. Ihminen voi ymmärtää toisen ihmisen elämää, omaksua samoja merkityksiä ja mielihyviä, tietämättä miltä se tuntuu. On kuitenkin huomioitava, että aikaisempi

kokemus muuttuu, kun mielialamme, tunteemme ja affektiivinen suhteemme mielihyvän kohteeseen muuttuvat. (Grossberg 1995, 41.)

Grossberg käyttää käsitettä affekti kuvaamaan sitä tunne-elämän tasoa, jolla kannattaja muodostaa suhteensa kannatuksen kohteeseen. Affekti voidaan määritellä energiaksi, joka on sijoitettu tiettyihin kohteisiin. Tämä tarkoittaa näiden kohteiden merkitystä ihmisille - miten ja kuinka paljon niillä on väliä ja missä määrin niihin panostetaan. (Grossberg 1995, 268.)

Faniutta voidaan myös tarkastella siihen panostettavan taloudellisen merkityksen mukaan. Ostaessaan musiikkilevyn henkilön voidaan katsoa kannattavan kyseistä yhtyettä, vaikkei ostaja asiaa täysin samalla tavalla miellä. Allen Guttman määrittelee fanin tunnetasolla sitoutuneeksi kuluttajaksi. Käytännössä suurin osa faneista on urheilun seuraajia ja useimmat urheilun seuraajat faneja. (Guttman 1986, 6.)

Voidaankin sanoa, että ilman kannattajia ei olisi jääkiekko-otteluita, medianäkyvyys pienenesi sekä sponsorit panostaisivat enemmän yleisöä houkutteleviin tapahtumiin. Toisaalta ilman vauhdikasta ja laadukasta peliä ei olisi maksavaa yleisöä, jonka takeena ovat usein taitavat, hyvät ja kalliit pelaajat.

Alkavan SM-liigakauden kynnyksellä on puhuttu jääkiekkoseurojen talousvaikeuksista lähinnä korkeiden pelaajapalkkojen vuoksi ja televisiosopimuksen lisäksi muun muassa maksavan yleisön tuomien lipputulosten merkitys seurojen tulonlähteenä nousee suureen arvoon. (Kulmala 2009.)

3.2 Faniuden synty

”Rakastuin jalkapalloon samoin kuin myöhemmin naisiin: yhtäkkiä, selittämättömästi ja arvostelukyvottomästi, tulematta lainkaan ajatelleeksi millaista tuskaa tai raastavia tunteita se voisi tuottaa” (Hornby 2000, 15).

Nick Hornby kuvaa kirjassaan Hornankattila kannattajuuden syntymistä ihastumisen ja rakastumisen tunteena. Henkilön suhdetta ja sitoutumista

suosikkijoukkueeseensa kuvataan usein myös uskon tulon kaltaisten kielikuvien kautta. (Heinonen 2003, 61.)

Hornbyn ensimmäinen kokemus stadionin katsomossa oli 1960 -luvun lopulla, kun hänen isänsä vei pojan seuraamaan lontoolaisen jalkapalloseura Arsenalin ottelua. Hornby kertoo muistavansa ottelusta ainoan tehdyn maalin sekä sen kuinka maskuliininen ympäristö oli sikarin- ja piipunsavuineen sekä törkeine kielenkäyttöineen. Nuoren Nick Hornbyn huomio oli ottelun asemesta muussa yleisössä. (Hornby 2000, 20.)

Kuitenkin suurin yksittäinen vaikutus Hornbyn kannattajuuden syntymiselle oli hänen huomionsa siitä, että yleisössä olevia miehiä kiukutti. Ottelun edetessä kiukku muuttui raivoksi ja lopulta hiljaiseksi mökötykseksi. Verrattuna muihin yleisötahtumiin, joihin ihmiset maksavat päästäkseen viihtymään, ei urheilukannattajan arki voi aina olla pelkkää juhlaa. Hornbyn oivallus oli, että tuskaisuus voi myös olla viihdettä. (Hornby 2000, 21–24.)

Jukka Pakkanen, pitkän linjan urheilumediapersoona sekä italialaisen jalkapalloilun ystävä, kuvaa urheilukannattajuuden syntymistä verenperintönä. Yleisesti pojat seuraavat isiään ja kasvavat saman joukkueen kannattajiksi kuin isänsä. Asetelma voi kääntyä myös niin, että poika samaistuukin juuri pahimman kilpailijajoukkueen kannattajaksi. (Pakkanen & Pakkanen 2009.)

Lähtökohtana joukkueurheilun mielekkäälle seuraamiselle on oman puolen valinta. Tässä tilanteessa asetutaan toisen joukkueen puolelle toista vastaan. Lisäksi fanilla täytyy olla tunnistettavissa oleva suhde kannatettavaan joukkueeseen, joka usein syntyy sosiaalistuttaessa ympäröivään kulttuuriin ja tiettyyn yhteisöön, kuten kansakuntaan, kotipaikkakuntaan tai kaveripiiriin. Sosiaalistuminen tietyn joukkueen kannattajaksi voi olla kytköksissä uskonnollisiin, ideologisiin ja etnisiin syihin. (Heinonen 2003, 58–59.)

3.3 Fanityypit

Fanityypeistä voidaan erotella niin sanotut hard core -kannattajat ja glory hunterit. Glory huntareina pidetään kannattajia, jotka kannattavat menestyviä joukkueita ja vaihtavat kannattamaansa joukkuetta sen mukaan, mitä sarjataulukko kulloinkin osoittaa. Glory huntareille olennaisinta on paistattelu menestyksen ja voiton hetkellä ilman syvempää kokemusta tai tunnetta kannatuksen kohdetta kohtaan. (Heinonen 2003, 60–62; Turtiainen 2008, 68.)

Vastaavasti hard core -kannattajat ovat omasta mielestään todellisia faneja, jotka ovat olleet vuosia tietyn joukkueen kannattajina. He kantavat ylpeinä joukkueensa värejä ja ovat sen takana niin myötä- kuin vastamäessä. Menestystä vuodesta toiseen niittävien joukkueiden hard core -kannattajille on joissakin tapauksissa tärkeää osoittaa se, että heidän kannatussuhteensa on syntynyt ennen menestysvuosia, jolla pyritään osoittamaan ero glory huntareihin. (Heinonen 2003, 60–62; Turtiainen 2008, 68.)

Faniuden patologiaa, toisin sanoen äärimmäistä faniutta, tarkasteltaessa esiin nousee myös erottelu obsessiivisen yksilön ”obsessed individual” ja hysteerisen ryhmän ”the hysterical crowd” välillä. Hysteerisen ryhmän toiminta on vallitsevaa pääasiassa urheilukannattajuuden sekä rock- ja popmusiikin osa-alueilla. Vastaavasti obsessiivinen yksilö muodostaa fanituksen kohteeseen tiiviin fantasiasuhteen, joka äärimmilleen vietyinä voi muodostua fanituksen kohteelle terveydelle vaaralliseksi. Esimerkkinä obsessiivisen yksilön pakkomielteeksi muodostuneesta toiminnasta on Beatles -yhtyeen John Lennonin murha. (Jenson 1992, 9, 11–12.)

Tässä nähdään myös kannattajuuteen liittyviä sukupuolityypittelyjä, joissa ”naiset nähdään hysteerisinä, pyörtyilevinä hallitsemattoman seksuaalisuutensa uhreina, kun taas miesten kontrolloimattomuus ilmenee juopuneen maskuliinisuuden ylilyönteinä, hulinointina ja väkivaltana” (Hirsjärvi 2009, 55).

3.4 ”Fanikrääsä”

Kaarina Nikunen määrittelee toiminnan keskeisenä osana faniutta. Fanien toiminnalla, faniaktiviteetilla, tarkoitetaan sitä, että kannatuksen kohteeseen liittyvää tietoa ja oheismateriaalia aletaan kerätä. Nikunen kutsuu tätä näkyväksi faniudeksi, joka on nähtävissä kaduilla esimerkiksi pukeutumisena. Fanitoimintaa voidaan myös käyttää sen selkeyden ja tunnistettavuuden takia mittarina, jolla tuodaan esiin kannattajuuden aktiivisuutta ja tehdään eroa käsitykseen passiivisesta kannattajuudesta. (Nikunen 2005, 50.)

Fanituotteiden tarkoituksena on ilmaista uskollisuutta ja kuulumista tiettyyn ryhmään ja ryhmän kannattajaksi. Yhteisöllisyyden kannalta fanituotteet tuovat mukanaan tiettyjä emotionaalisia merkityksiä. Esimerkiksi väri saattaa tietyssä kontekstissa synnyttää ihmisissä positiivisia tai negatiivisia tunnetiloja. (Heinonen 2003, 63.)

Henri Heinonen vertaa fanien suhdetta ”fanikrääsään” samantyyppiseksi kuin keräilijän suhdetta keräilyn kohteeseen. Tällöin ei pyritä korostamaan tuotteen käyttöarvoa, vaan pikemminkin muodostetaan niille ainutkertainen merkitys fanien elämässä. Näin hylätessään tuotteen maallinen käyttöarvo, nousee se fanien silmissä kuvainnollisesti pyhälle alustalle. (Heinonen 2003, 63–64.)

4 IDENTITEETTI

Henkilön minäkäsitys sekä identiteetti kytkeytyvät ryhmäjäsenyyksiimme. Määriteltäessä sosiaalisen identiteettiimme lähteitä on ryhmäjäsenyydellä keskeinen merkitys. Näemme ja kuvaamme itsemme usein tietyn ryhmän jäsenenä joko suoraan (”olen vasemmistoliiton jäsen”) tai välillisesti (”olen vaasalainen/mies/opiskelija”). Samalla kun ryhmäjäsenyytemme vaikuttaa sosiaaliseen identiteettiimme, on sillä vaikutus myös ryhmien väliseen käyttäytymiseen. Tätä on perusteltu sillä, että ihmisellä on pääasiassa myönteinen kuva itsestään ja tällä tavalla näemme oman ryhmämme mieluummin myönteisessä kuin kielteisessä valossa. (Helkama ym. 1998, 309; Liebkind 1988, 70.)

4.1 Fani-identiteetti

Siinä missä yksilöllinen identiteetti koskettaa pääasiassa tietoisuutta eroista suhteessa muihin, on vastaavasti yhteisöllisen identiteetin perusta samanlaisuuden kokemisessa. Tällä tarkoitetaan ryhmäkohtaista yhteenkuuluvuuden tunnetta, samastumista samoissa sosiaalisissa verkostoissa, asemissa sekä tilanteissa oleviin. (Ruonavaara 2001, 22.)

Juuri fani-identiteetin rakentumisen kannalta on merkittävää löytää yhteisö, jossa henkilö kokee yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä mahdollisuuden jakaa faniuden kokemuksia muiden kanssa. Faniuteen kuuluu yhteisöllisen identiteetin omaksuminen, liittoutuminen muiden samanhenkisten ihmisten kanssa, jotka jakavat ja puolustavat samoja valintoja. Tällä tavalla yhteisö tarjoaa yksittäiselle fanille voimaa ja rohkaisua, mikä vastaavasti suojelee pilkalta ja väheksynnältä. (Nikunen 2005, 51.)

Faniuden merkitys ja sen julkinen osoittaminen vaihtelevat yksilöstä riippuen. Julkisen osoittamisen vähäisyys ja sen välttely saattaa olla merkki leimautumisen pelosta. Keskeistä on, että henkilö itse määrittää itsensä faniksi. Fanius ja sen tunnustaminen vaatii yksilöä ylittämään tiettyjä ennakkoluuloja sekä pohtimaan paikkaansa kulttuurisissa hierarkioissa. (Nikunen 2005, 51–52.)

4.2 Paikallisidentiteetti

Sosiaalista identiteettiä, jossa määrittävänä tekijänä on yksilön asuinpaikka, kutsutaan paikallisidentiteetiksi. Ihmisten yhteenkuuluvuuden tunne asuinpaikkaansa kohtaan edesauttavat samastumista siihen yhteisöön ja ympäristöön, jossa he elävät. Ympäristössä olevat kadut, torit sekä puistot ja rakennukset sekä patsaat tuovat yksilölle henkilökohtaista tai sosiaalista symboliarvoa. (Ruonavaara 2001, 23.)

Urheilujoukkuetta kannattaessa katsojilla on mahdollisuus samastua oman yhteisönsä ja alueensa edustajiin osallistumalla heidän kamppailuunsa ja voiton tai tappion tunteiden jakamiseen. (Liebkind 1988, 12.)

Joukkueen kannattaminen voidaan nähdä henkilökohtaisen emotionaalisen energian investointina. Emotionaalisella energialla tarkoitetaan toiminnan ja vuorovaikutuksen seurauksena syntyvää tunnelatausta, joka motivoi vastaavanlaisen toiminnan ja vuorovaikutuksen piiriin hakeutumista tai välttämään niitä. Ruonavaaran mukaan joukkueen kannattamisesta saaduilla kokemuksilla on vaikutus yksilön sitoutumisasteen syvyydelle. (Ruonavaara 2001, 28.)

Yhdysvaltalainen kaupunkisosiologi Gregory P. Stone on tarkastellut urheilua paikallisidentiteetin ilmaisijana. Stonen ajatuksena oli, että urheilujoukkueet toimivat kaupunkiyhdyskuntien representaatioina. Paikalliseen urheilujoukkueeseen samastuminen on mekanismi, jonka kautta ihmiset voivat kuulua paikallisyhteisöön. (Ruonavaara 2001, 28–29.)

5 RYHMÄ

Ryhmällä tarkoitetaan ihmisjoukkoa, jonka yksilöt ovat tietoisia sekä omasta ryhmäjäsenyydestään että keitä muita ryhmään kuuluu. Ryhmän jäsenille tunnusomaista on myös se, että tiedetään olevan osa ryhmää, vaikkei se olisi koossa. (Liebkind 1988, 10–11.)

Ihminen on riippuvainen toisista ihmisistä. Usein samoihin tavoitteisiin pyrkivät ihmiset muodostavat ryhmän, jonka avulla voidaan päästä helpommin yhteiseen tavoitteeseen. Ryhmään kuulumisesta koetaan turvallisuuden tunnetta, kohotetaan itsetuntoa sekä siitä voi saada myös tiettyä vallantunnetta. (Nyman 2007.)

Ryhmissä mukana olevat ihmiset vaikuttavat ryhmän rakenteellisiin ominaisuuksiin. Ryhmä voi muodostua sattumanvaraisesti kuten varusmiesaikana tai useimmiten siihen valikoidutaan jonkin tavoitteen, taidon tai kiinnostuksen perusteella. (Ojanen 2007, 274.)

Kuuluminen urheiluseuran kannattajaryhmään tai pelkästään tietyn urheiluseuran kannattaminen voi olla monelle mahdollisuus irrottautua arjesta ja kokea olevansa osa jotakin suurempaa ja merkityksellisempää kokonaisuutta. Yleisesti ajatellen kannattajaryhmään kuuluminen ja siinä toimiminen on verrattavissa sulkapallon pelaamiseen, kuntosalilla käyntiin tai lukupiirin jäsenyyteen, kuitenkin eri sitoutumisen tasoilla. Tunnusomaista on jäsenten välinen sosiaalinen vuorovaikutus ja keskinäinen riippuvuus. (Anttila 2001, 68–71; Ruonavaara 2001, 21.)

Ryhmä muodostuu erittäin nopeasti ja sen syntymiseen vaikuttavat merkittävästi juuri ryhmän muodostavien ihmisten jotakuinkin yhteinen tavoite, jonkintasoinen keskinäinen vuorovaikutuskokemus sekä käsitys ryhmään kuuluvista henkilöistä. Ryhmän jäsenten vuorovaikutuksen myötä syntyvät nopeasti johtajuus ja roolit. Merkittävä huomio ryhmän muodostumisen jälkeen on, että se alkaa välittömästi torjua muita ryhmiä. Edellä mainittu reaktio tuntuu ihmisen vaisto-ominaisuudelta. (Kopakkala 2005, 36–37.)

Edellä esitettyyn ilmiöön voidaan osaltaan perustaa myös jääkiekko-otteluiden ohessa tapahtuvat kannattajien väliset yhteenotot.

5.1 Ryhmän toiminta

Tavoitteet ohjaavat ryhmän toimintaa. Toiminnassaan ryhmä pyrkii toteuttamaan sille ja sen toiminnalle asetettuja tavoitteita. Tätä ryhmän tehtävää kutsutaan välineelliseksi. Ryhmän toiminnassa korostuu tavoitteellisen toiminnan lisäksi myös inhimillinen näkökulma. Toinen ryhmän päätehtävistä on sen jäsenten tarpeiden tyydyttäminen ainakin niiltä osin, että jäsen haluaa toimia ryhmässä ja pyrkiä saavuttamaan sen tavoitteita. (Lahikainen & Pirttilä-Backman 1996, 121.)

5.2 Tavoitteellinen ryhmä

Tavoitteellisia ryhmiä esiintyy monilla ja erilaisilla yhteiskunnan alueilla. Työelämän organisaatioissa, yhdistyksissä ja vapaa-ajan harrastuksissa tavoitteellisille ryhmille on ominaista, että ne on muodostettu ihmisten yhteistä tavoitteellista toimintaa varten. Keskeisin piirre tavoitteelliselle ryhmälle on yhteinen päämäärätietoinen, jäsenet toisiinsa yhteen liittävä toiminta. (Himberg & Jauhiainen 1998, 167–168; Jauhiainen & Eskola 1994, 49.)

Tavoitteellisen ryhmän toiminta voidaan rajata niin asiakohtaisesti kuin ajallisestikin. Ryhmän toiminta loppuu kun yhteinen tavoite on saavutettu. Ryhmän jäsenten yhteistoiminta rajoittuu asetetun tavoitteen saavuttamiseen, jolloin vastuu toisten eduista tai muihin jäseniin sitoutumisesta on toisarvoista. (Himberg ym. 1998, 169.)

Yksilöllä täytyy olla halu ja mahdollisuus toteuttaa persoonallisia tarpeitaan ja vastaavasti ryhmän jäsenillä on oltava yhteinen halu ympäristön muuttamiseen. Näiden kahden päämäärän, henkilökohtaisen ja yhteisen, pohjalle perustuu tavoitteellisen ryhmän olemassaolo. Ryhmän toiminnan tasapainon edellytyksenä on näiden päämäärien huomioiminen. Yksilöiden intressit on soviteltava muiden etuihin ja vastaavasti ryhmän tulee ottaa huomioon yksilöiden tarpeita. (Himberg ym. 1998, 168; Jauhiainen ym. 1994, 52.)

Jääkiekkokatsomossa joukkueiden aktiivikannattajat ovat muodostaneet tietoisesti tai tiedostamattaan toiminnastaan tavoitteellista. Oman joukkueen kannattamisella tai vastapuolen pelaajien pelin häirinnällä on selvästi tavoitteena kannatettavan joukkueen menestys kyseisessä ottelussa, tai pidemmällä tähtäimellä, ottelusarjassa. Järjestäytynyt kannattajatoiminta on luonnollisesti organisoidumpaa ja vaikuttavampaa kuin esimerkiksi yksittäisen tai kooltaan pienen kannattajaryhmän.

Jääkiekkjoukkueen kannattajaryhmällä voidaan todeta olevan kausi toisensa jälkeen uusi yhteinen tavoite, johon ryhmä kohdistaa voimavaransa, niin taloudellisessa kuin sosiaalisessa mielessä.

6 EPÄSOSIAALINEN KÄYTTÄYTYMINEN JOUKKOTAPAHTUMISSA

”Joskus jääkiekkjoukkueen kannattaminen voi olla oman seuran puolustamista verbaalisin tai jopa fyysisin keinoin. Joukkue voidaan kokea niin omaksi ja rakkaaksi, että ollaan valmiita heristelemään nyrkkejäkin” (Helkiö & Vanhatalo 2005).

Kevään liigakarsintojen aikana saatiin eri tiedotusvälineistä lukea ottelujen jälkeisistä järjestyshäiriöistä. Satakunnan kansa kirjoitti vaasalaisfanien tuoneen keskieuropalaisen katsomoväkivallan Poriin. Vaasan Sportin kannattajista löytyy epävirallinen Ultras06 -ryhmittymä, joka on ollut Porin Ässien turvallisuuspäällikkö Harri Koivusen mukaan päävastuussa aiheutuneista epäjärjestyksistä. (Satakunnan Kansa 2009.)

Ranskalainen tutkija Gustave Le Bon esittää joukkotapahtumissa tapahtuvan epäsosiaalisen käyttäytymisen yhdeksi syyksi nimettömyyden ja kasvottomuuden. Ihmisjoukossa henkilö on tunnistamaton ja sen vuoksi vastuuton. Tämän lisäksi Le Bon esittää syyksi sitä, että ideat ja tunteet leviävät nopeasti ja ennustamattomasti sekä kolmanneksi syyksi tiedostamattomien epäsosiaalisten motiivien vapautumista suggestion avulla. (Helkama, Myllyniemi & Liebkind 1998, 330.)

Syinä urheilutapahtumissa sattuneisiin mellakoihin voivat olla yleisön tyytymättömyys yhteiskunnan yleiseen tilaan, yleinen vastustus auktoriteetteja kohtaan ja sitä kautta turhautuminen, joita suurten yleisötapahtumien aikana voidaan kasvottomasti purkaa. Diego Maradona, eräs kaikkien aikojen jalkapalloilijoista, on kuvannut argentiinalaisessa jalkapallossa esiintyvää katsomomellakointia seuraavasti: ”Argentiinan kansan suru näkyy jalkapallokatsomoissamme”. (Hooligans: foreign fields 2002.)

7 VAASAN SPORT

7.1 Yleistä Vaasan Sportista

Vaasan Sport on vaasalainen jääkiekkoseura, joka on peruja vuonna 1939 perustetusta urheiluseurasta IF Sport. Vuonna 1962 perustettiin urheiluseuraan jääkiekkojaosto, joka aloitti liiton sarjassa samana vuonna. Vaasan Sport jääkiekkoseura syntyi vuonna 1979 jääkiekkojaoston erotessa emoseurastaan omaksi seuraksi. (Wikipedia 2009a.)

1960 -luvulla Vaasan Sport pelasi Maakunta- sekä Perussarjaa. Maakuntasarja oli maamme kolmanneksi ja Perussarja neljänneksi korkein sarjataso. Kaudelle 1969–1970 Vaasan Sport nousi ensimmäistä kertaa Suomensarjaan, joka oli tuolloin toiseksi korkein sarjataso. Suomensarjan Pohjoislohkossa seura sijoittui kahdeksan joukkueen sarjassa neljänneksi yleisökeskiarvon ollessa seitsemässä kotiottelussa 968 katsojaa/ottelu. (Vaasan Sport 2009a.)

Toistaiseksi ainoan kerran Vaasan Sportin jääkiekkjoukkue on nähty valtakuntamme korkeimmalla sarjatasolla, SM-liigassa, kaudella 1975–76. Vierailu SM-liigassa jäi yhden kauden mittaiseksi ja seuralla oli edessä paluu 1-divisioonaan. Seura pelasi koko 1980-luvun 1-divisioonan keskikastissa. (Sport 2003, 104–109.)

Vuodet 1992–1997 seura pelasi 2-divisioonaa, kunnes kaudelle 1997–98 seura nousi takaisin 1-divisioonaan. 2000 -luvulla Sport on menestynyt kohtalaisen hyvin. Kaksi Mestaruussarjan eli Mestiksen finaalipaikkaa sekä yksi pronssi. Kausilla 2004–05 sekä 2008–09 oli Sportilla mahdollisuus taistella noususta SM-liigaan, mutta ensin KalPa Kuopiosta ja viime keväänä Ässät Porista olivat vahvempia. (Sport 2003, 110–113 & Wikipedia 2009a.)

Vaasan Sport pelaa kotiottelunsa Vaasa Arenalla, jota kutsutaan myös Kuparisaaren jäähalliksi. Halli on valmistunut vuonna 1971 ja sitä on uudistettu ja laajennettu vuonna 1999. Vaasa Arenan yleisökapasiteetti on noin 4 500 ja virallinen yleisöennätys on 4 600 katsojaa vuodelta 2005. (Wikipedia 2009b.)

7.2 Red Army/Vaasan Sportin kannattajayhdistys

”Sportin kannattajat ovat tunnettuja ympäri Suomea ja tärkeä tekijä ottelutapahtumassa tunnelmanluojana” (Vaasan Sport 2009b).

Red Army on alun perin perustettu jo vuonna 1987. Kesällä 2006 perustettu Vaasan Sportin kannattajat ry. on kannatusyhdistys, joka toimii kannattajien taustalla. Kannattajayhdistyksen tavoitteena on kehittää Sportin otteluiden seuraamisen viihtyvyttä sekä paikallista kannattajakulttuuria. Liittyminen kannattajayhdistykseen on maksullista ja lopullisen hyväksynnän jäseneksi tekee kannattajayhdistyksen hallitus. Kannattajayhdistyksen jäseneksi hyväksymisen jälkeen henkilölle toimitetaan jäsenkortti, jolla saa erilaisia jäsenetuja ei ainoastaan jääkiekko-otteluihin liittyen, vaan myös esimerkiksi paikallisista ravitsemusliikkeistä. (Red Army 2009.)

Vaasa Arenan toinen päätykatsomo, katsomonosa B, jota kutsutaan Ahvensaaren päädyksi, on Sportin niin kutsuttu fanikatsomo. Katsomonosassa on ainoastaan seisomapaikkoja. Sportin fanikatsomolle on tunnusomaista aktiivinen oman joukkueen kannatus erilaisin kannustushuudoin ja lauluin. (Wikipedia 2009a.)

8 TUTKIMUSAINEISTON ESITTELY

Tutkimuksen kohderyhmäksi rajattiin Vaasan Sportin virallisen kannattajayhdistyksen Red Armyn jäsenet. Red Army pitää rekisteriä jäsenistään ja sitä kautta heidän tavoittaminen kyselyä varten oli perusteltua. Tutkimus toteutettiin pääasiallisesti Internet-kyselynä. Huolimatta vastaamatta jättämisen helppoudesta kyseinen foorumi ei ole kannattajille vieras ja toisaalta tietoverkossa lajin päivittäinen seuraaminen on keskeinen osa kannattajan arkea.

Sisällöllisesti kysely oli jaettu selkeästi neljään osa-alueeseen, jotka olivat 1) vastaajan perustiedot, 2) kannattajuuden kestoon ja syntyyn vaikuttavat tekijät, 3) ajalliseen ja taloudelliseen panostukseen liittyvät kysymykset sekä 4) yleisesti kannattajuuteen liittyvien merkitysten kartoitus. Viimeisessä osiossa vastaajalla oli mahdollisuus niin halutessaan kertoa vapaasti omin sanoin kannattajuuden merkityksestä itselle.

Internet-kyselyn lisäksi tehtiin kaksi teemahaastattelua, joiden tarkoituksena oli löytää vastauksia asetettuihin tutkimusongelmiin ja kysymyksiin. Haastattelujen tavoitteena on ollut perustietojen lisäksi syventää saatua tietoa kannattajan henkilökohtaisista kokemuksista, tuntemuksista ja vaikutuksista niin yksilöllisesti kuin heidän lähipiiriään ajatellen.

9 TUTKIMUSTYÖN KUVAUS

9.1 Tutkimusongelmat

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ollut etsiä vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

1. Mitkä seikat ovat vaikuttaneet kannattajuuden syntyyn?
2. Missä määrin kannattajat panostavat toimintaansa ajallisesti ja taloudellisesti?
3. Mitkä seikat kannattajat kokevat merkittäviksi jääkiekko-ottelussa?
4. Millainen vaikutus kannattamisella on henkilön elämään?

9.2 Tutkimusmenetelmät

9.2.1 Survey-tutkimus

Pääasiallisena tutkimusmenetelmänä työssä on käytetty niin kutsuttua survey-tutkimusta, joka toteutettiin lähettämällä Internet-pohjainen kyselylomake valitulle perusjoukolle. Survey-tutkimuksessa aineistoa kerätään standardoidusti ja siinä tietyn perusjoukon otoksen tai näytteen muodostavat kyselyn kohdehenkilöt. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 181.)

Internet -pohjainen kyselylomake (e-lomake) laadittiin käyttämällä hyväksi Eduix-järjestelmän versiota 3.1. E-lomake laadittiin sekä suomeksi että ruotsiksi, jotta pystyttiin huomioimaan kaupungin molempiin kieliryhmiin kuuluvat edustajat. E-lomakkeen mukana lähetettiin kaksikielinen saatekirje, jossa esiteltiin kyselyn tavoitteet, käyttötarkoitus sekä muistutettiin kyselyyn vastaamisen vapaaehtoisuudesta sekä anonymiteetista. E-lomake lähetettiin ensin Red Armyn puheenjohtajalle, joka käyttäen hyväksi kannattajarekisteriä lähetti sen edelleen jäsenilleen. E-lomakkeen täytettyään vastaaja lähetti nappia painamalla vastaukset, jotka tallentuivat Eduix-järjestelmään käsiteltäviksi. E-lomake sisälsi

monivalinta- ja asteikkokysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. joihin vastaajalla oli mahdollisuus vastata omin sanoin.

9.2.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu voidaan käsittää lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuotona. Synonyymejä teemahaastattelulle ovat puolistrukturoitu tai puolistandardoitu haastattelu. Puolistrukturoidussa haastattelussa sen aiheet ja teema-alueet ovat tiedossa, mutta erona strukturoidusta haastattelusta siitä puuttuu kysymysten tarkka muoto ja järjestys. Teemahaastattelua suositellaan käytettäväksi tilanteissa, joissa tutkimuksen kohteena ovat emotionaalisesti arat aiheet, heikosti tiedostetut asiat tai arvostuksistaan, aikomuksistaan, ihanteistaan ja perusteluistaan harvemmin keskustellut asiat. (Hirsjärvi & Hurme 1995, 35–36.)

Teemahaastattelun ominaispiirteitä ovat 1) tieto, että haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen, 2) tutkimuksen suorittaja on alustavasti selvittänyt tutkittavan ilmiön mahdollisia tärkeitä osia, rakenteita, prosesseja ja kokonaisuutta, 3) tehdyn analyysin pohjalta laaditaan haastattelurunko ja 4) haastattelun suuntaaminen tutkittavien henkilöiden henkilökohtaisiin kokemuksiin aiheesta. (Hirsjärvi ym. 1995, 36.)

9.2.3 Tutkimustulosten analysointi

E-lomakkeessa olleet monivalinta- ja asteikkokysymykset analysoitiin kvantitatiivisesti, jolloin tutkittavaa ilmiötä pyritään selittämään määrällisesti. Kyselyistä saatu materiaali syötettiin aineistonkäsittelyohjelmaan, jonka avulla oli mahdollista analysoida vastauksia. Kvantitatiivisessa aineiston käsittelyssä käytettiin hyväksi SPSS ja Excel -ohjelmistoja, joilla työssä esitetyt kuviot on laadittu.

E-lomakkeen loppuosassa oleviin avoimiin kysymyksiin käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Tutkittavaa ilmiötä kuvaava tutkimuksen aineisto luodaan sanallisesti ja selkeästi luettavaan muotoon. Sisällönanalyysissa

järjestetään aineisto tiiviiseen muotoon kuitenkin kadottamatta sen tarjoamaa informaatiota. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 110.)

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi on kolmivaiheinen prosessi, johon kuuluu 1) aineiston pelkistäminen, 2) aineiston ryhmittely sekä 3) teoreettisten käsitteiden luominen. Aineiston pelkistämisympäristössä karsitaan saaduista vastauksista pois kaikki tutkimuksen kannalta epäolennainen. Ryhmittelyvaihe pitää sisällään alkuperäisilmausten läpikäynnin, jossa pyritään löytämään samankaltaisuuksia ja/tai eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä. Teoreettisten käsitteiden luominen, jota kutsutaan aineiston abstrahoinniksi, käsittää tutkimuksen kannalta olennaisen tiedon erottelun, jonka perusteella muodostetaan teoreettisia käsitteitä. (Tuomi ym. 2002, 110–115.)

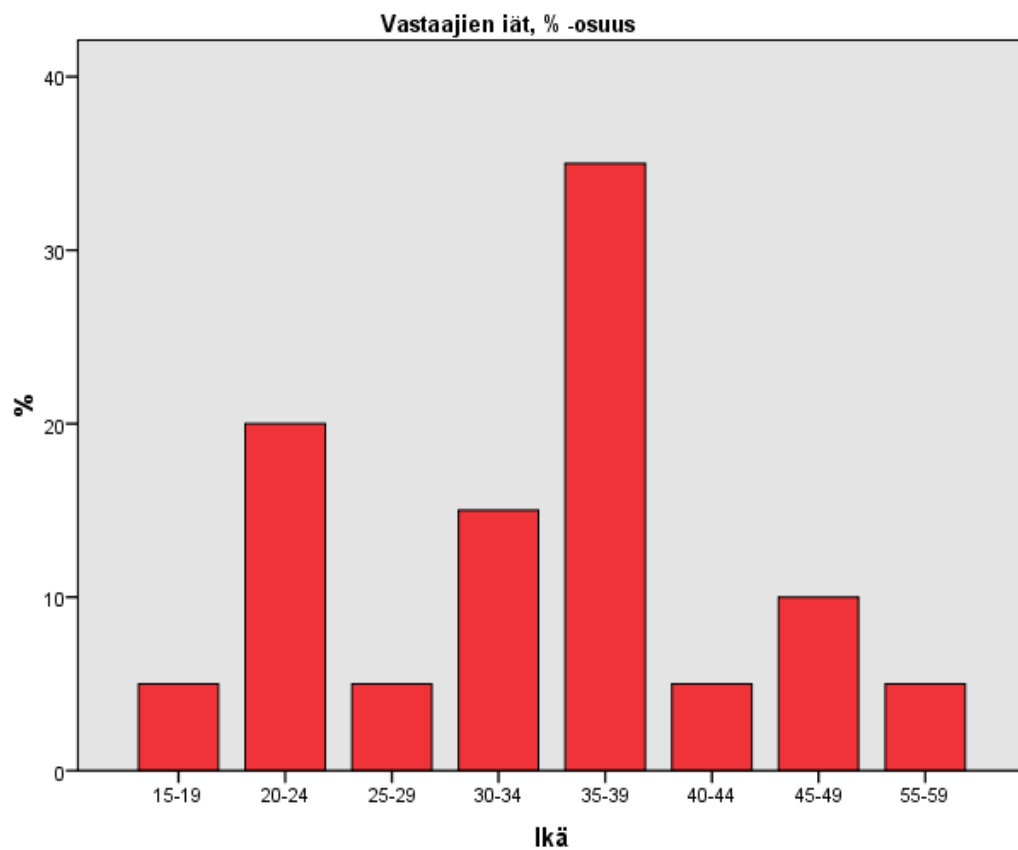
10 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Internet-kysely tavoitti 31 Vaasan Sportin kannattajaa. Suurin osa vastaajista on Red Armyn rekisteröityneitä jäseniä. Osa kyselyistä oli alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen suunnattu myös varsinaisen jäsenistön ulkopuolelle. Vastauksia saapui kaiken kaikkiaan 20 kappaletta, jolloin kyselyn vastausprosentiksi saatiin 64,5.

On todettava, että Internet-pohjaisessa kyselyssä tämän suuruinen vastausprosentti kertoo ennen kaikkea vastaajien aktiivisuudesta ja halusta olla mukana toteuttamassa tutkimusta sekä siitä, että kyseisessä kohderyhmässä tämän tyyllisen kyselyn toteuttaminen tietoverkossa on tuloksellisesti mahdollista.

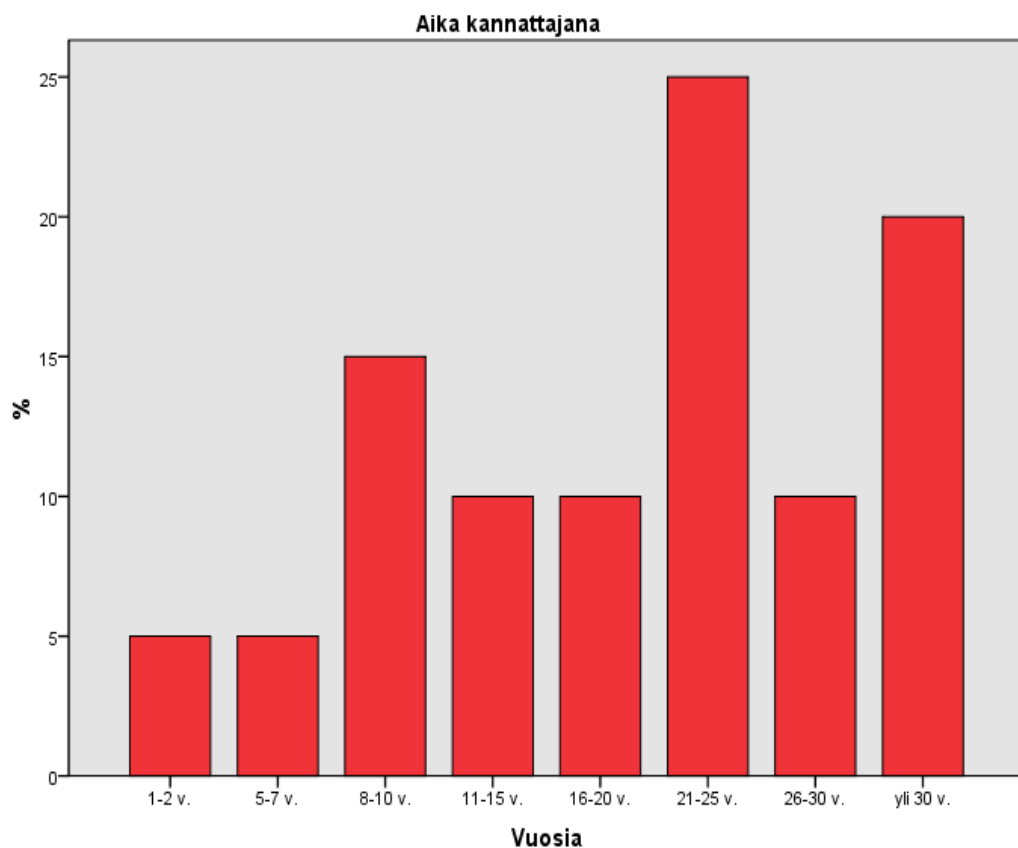
Internet -kyselyyn vastanneista 18 oli miehiä ja naisia vastaajista oli kaksi. Vastaajien ikäjakaumaa tarkastellessa, nähdään että 35 % heistä sijoittuu 35–39 ikävuoden välille. Prosentuaaliset osuudet vastaajien ikäjakaumasta nähdään oheisesta kuviosta.

Internet-kyselyyn vastanneista sekä haastatteluihin osallistuneista 77,3 % ilmoitti asuinpaikkakunnakseen Vaasan. Vastaajista 13,6 % asui Vaasan naapurikunnissa ja 9,1 % huomattavasti kauempana Vaasasta.



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma.

Kuviosta 2 nähdään, että kyselyyn vastanneista 55 % on ollut Vaasan Sportin kannattaja yli 21 vuotta. Tästä voidaan päätellä, että kannattajuus on monella alkanut jo lapsuudessa ja siitä on kasvanut elinikäinen suhde.



Kuvio 2. Kannattajuus vuosina.

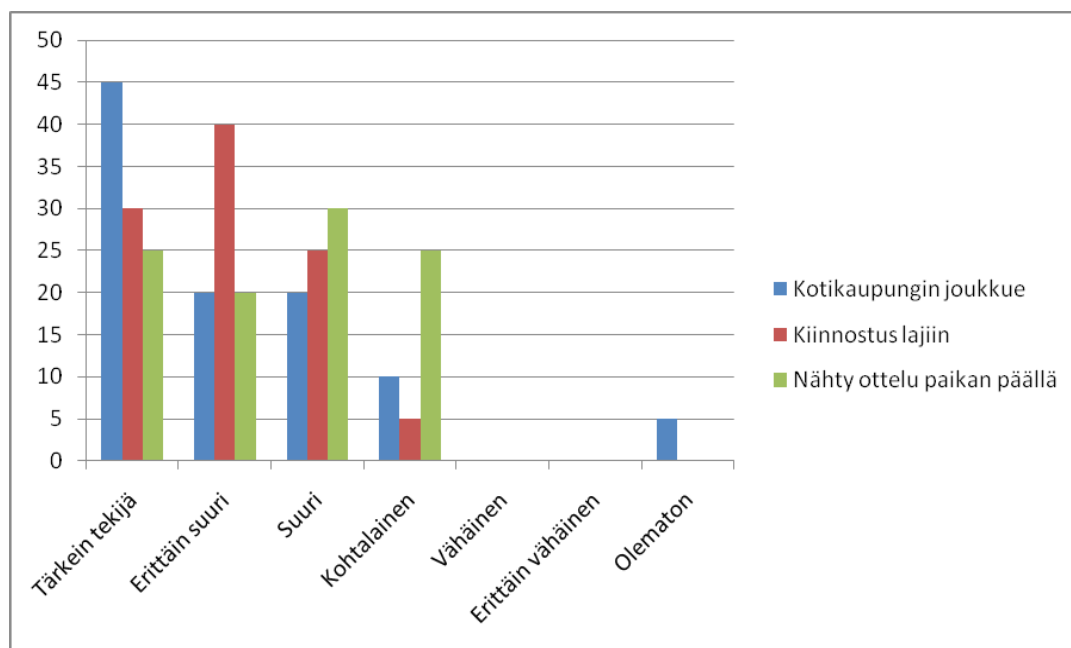
10.1 Kannattajuuden syntyyn vaikuttavat tekijät

Tarkastellessa kannattajuuden syntyyn vaikuttavia seikkoja, korostuu vastauksissa kolme tekijää. 1) kotikaupungin joukkue, 2) kiinnostus lajiin ja 3) nähty ottelu paikan päällä.

Kotikaupungin joukkueen vaikutus koettiin selvästi tärkeimpänä tekijänä kannattajuuden syntymiselle. Vastaajista 45 % mainitsi kotikaupungin joukkueen merkityksen tärkeimmäksi tekijäksi ja 40 % erittäin suureksi tai suureksi. Vastaajista 30 % mainitsi kiinnostuksen lajiin olleen tärkein tekijä kannattajuuden syntymiseen. Lisäksi 65 % vastaajista koki tämän vaikutuksen olleen erittäin suuri tai suuri.

Paikan päällä nähty ottelu koettiin tärkeimmäksi tekijäksi kannattajuuden synnylle 25 % vastaajista. Vastaajista puolet eli 50 % mainitsi paikan päällä nähdyn ottelun

vaikutuksen kannattajuuden synnylle erittäin suureksi tai suureksi. Kuviossa 3 esitetään kannattajuuteen vaikuttavien tekijöiden vastausprosentit.



Kuvio 3. Kannattajuuden syntyyn vaikuttavat merkittävimmät tekijät (%).

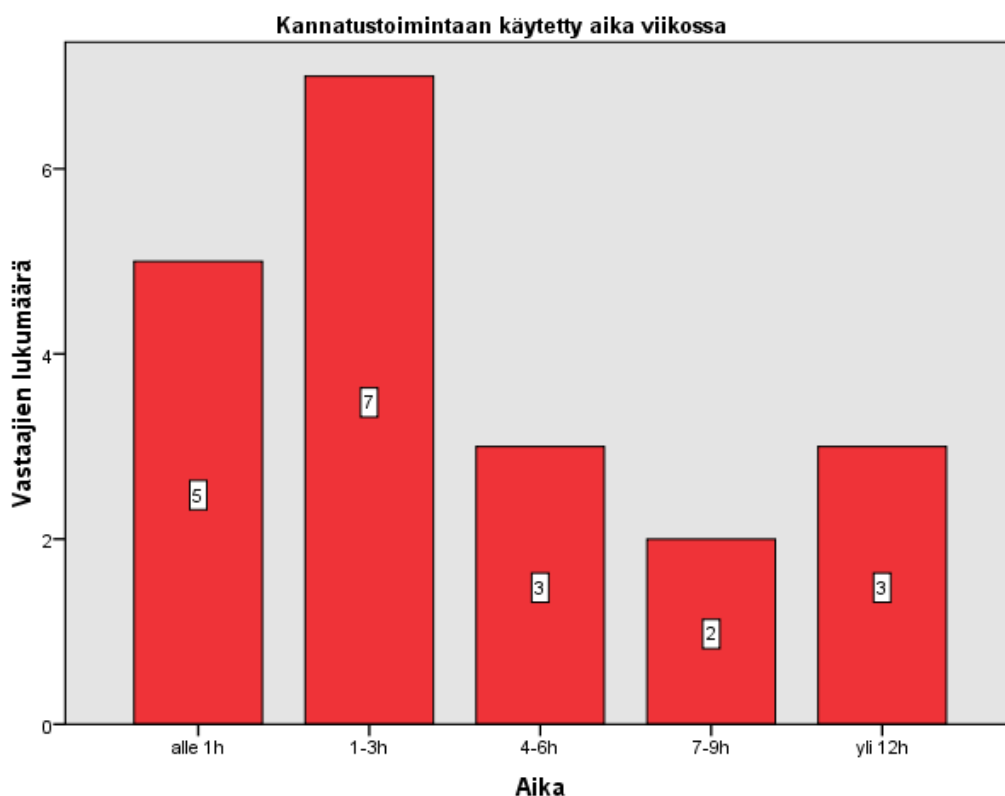
Vastaavasti muiden ihmisten vaikutus, kuten vanhemmat, naapurit ja ystävät/koulutoverit, koettiin yleisesti vähemmän merkittävänä kannattajuuden syntymisen kannalta.

Vastauksista voidaan päätellä, että kannattajuuden syntyyn vaikuttaa merkittävästi yksilön omat kokemukset lajista ja sen synnyttämistä tuntemuksista sekä kannatettavan seuran paikallisuus.

10.2 Kannatustoimintaan panostaminen

Tutkimuksessa haluttiin selvittää kannattajien ajallista ja taloudellista panostusta kannatustoimintaan. Tätä pyrittiin selvittämään kysymällä kannattajien arviota käytetystä viikkotuntimäärästä seuran edesottamusten seuraamiseen sekä vuodessa kannatustoimintaan panostettuun euromäärään. Lisäksi tiedusteltiin kannattajien arviota omistamiensa fanituotteiden euromääräistä arvoa.

Alla olevasta kuviosta 4 nähdään, että 12 kannattajaa eli 60 % vastaajista käyttää seuran kannatustoimintaan keskimäärin alle kolme tuntia viikossa. Huomioitavaa on, että vastaavasti neljäsosa vastaajista käyttää kannatustoimintaan yli seitsemän tuntia viikossa.



Kuvio 4. Kannatustoimintaan käytetty aika viikossa.

Kannattajien vuosittain seuran kannatustoimintaan käyttämä rahamäärä käsittää kausikortit, pääsyliput, ottelumatkoista sekä muut toiminnasta aiheutuvat kulut, ei

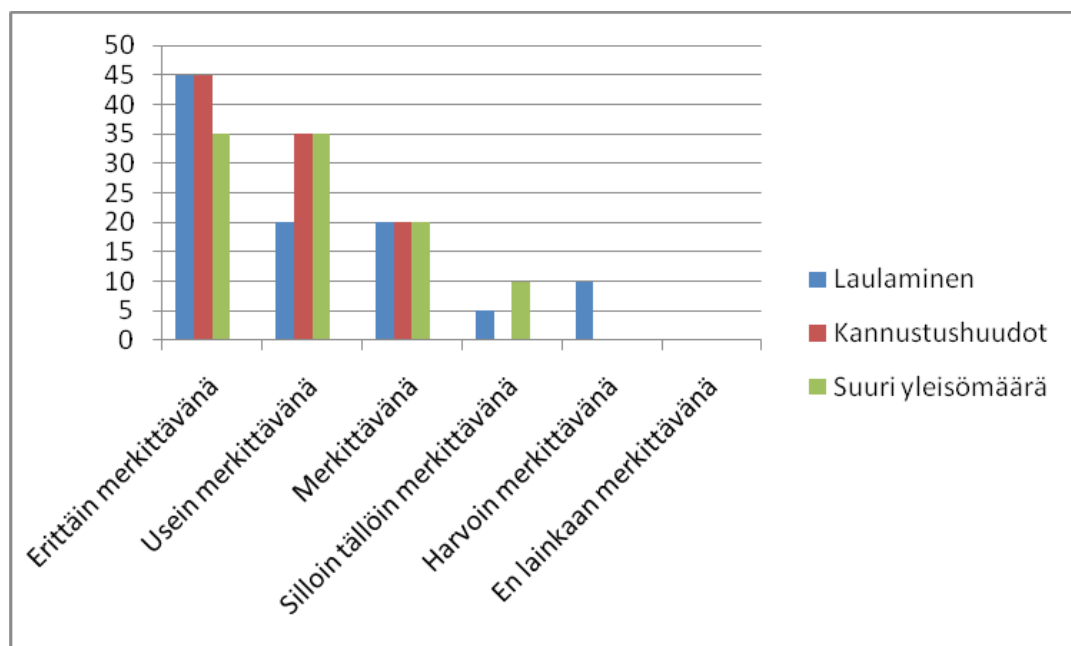
kuitenkaan fanituotteita, sillä niihin liittyen oli laadittu e-lomakkeeseen oma kysymys.

Kannattajien taloudellisesta panostamisesta voidaan todeta, että vastaajista 60 % käyttää vuosittain kannatustoimintaansa 401–1000 euroa. Vastaavasti omistamien fanituotteiden yhteenlaskettu arvo oli 75 %:lla vastaajista alle 300 euroa.

10.3 Jääkiekko-ottelussa merkittäviksi koetut asiat

Kannattajilta kysyttiin jääkiekko-ottelussa merkittäviksi koettuja asioita, jotka oli otsikoitu valmiiksi. Kysytyt seikat oli määritelty yleisen kokemuksen ja oletuksen perusteella jääkiekko-ottelun yleisön ja kannattajan toimintaan kuuluvista osaluista. Vastaajan tuli valita e-lomakkeesta sopiva merkitysaste kuudesta vastausvaihtoehdosta, joiden ääripäinä olivat vaihtoehdot ”en lainkaan merkittävänä” ja ”usein merkittävänä”.

Saadut vastaukset olivat melko odotettuja. Merkittävimmiten jääkiekko-ottelussa koetuiksi asioiksi nousivat oman joukkueen kannattaminen, laulaminen sekä ottelun suuri yleisömäärä. Kuvio 5 näyttää edellä mainittujen seikkojen merkitysasteet prosentuaalisesti.



Kuvio 5. Jääkiekko-ottelussa merkittävimmiten koetut asiat (%).

Sen sijaan henkilökohtaisesti vähemmän merkittävänä koettiin huutelu vastustajajoukkueen kannattajille. 40 % vastaajista koki tämän asian ”en lainkaan” tai harvoin merkittävänä. Silloin tällöin merkittäväksi vastustajajoukkueen kannattajille huutelun koki niin ikään 40 % vastaajista.

10.4 Kannattajien kokemuksia kannattajuudesta

Avointen kysymysten tavoitteena oli selvittää jääkiekkokannattajien kokemuksia faniuden 1) hyvistä ja 2) huonoista puolista sekä 3) faniuden merkitystä henkilölle.

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi suoritettiin erikseen jokaisen kysymyksen kohdalla. Kysymykseen ”Mitä hyvää kannattajuudesta on ollut?” vastasi 14 kannattajaa. Vastaukset pelkistettiin 21 ilmaukseen. Pelkistämisen jälkeen suoritettiin aineiston ryhmittely seitsemään alaluokkaan.

Aineiston ryhmittelyvaiheen jälkeen alaluokkien ilmaukset abstrahoitettiin eli käsitteellistettiin. Käsitteellistämisessä alaluokkien ilmaukset jaettiin kahteen pääluokkaan. Kannattajuuden hyvien puolien osalta pääluokat olivat hyvien puolien ulkoiset vaikutukset ja hyvien puolien sisäiset vaikutukset. Ulkoisilla vaikutuksilla tarkoitetaan ominaisuuksia, jotka ovat konkreettisesti havaittavissa. Vastaavasti sisäiset vaikutukset pitävät sisällään subjektiivisten tunteiden ja kokemusten kirjon.

Kannattajuuden hyvien puolien ulkoisista vaikutuksista korostuu *uusiin ihmisiin tutustuminen*, joka on vastauksista selvästi suurin yksittäinen tekijä. Kahdeksan vastaajaa ilmoittaa tämän kannattajuuden hyväksi puoleksi. Lisäksi voidaan mainita kannattajuuden tuovan ”*tekemistä vapaa-aikaan*” ja ”*sisältöä elämään*”.

Sisäisiä vaikutuksia tarkastellessa voidaan todeta, että suurimpana positiivisena puolena esiin nousee *erilaisten tunteiden kokeminen*. Vastauksista poimittuja kommentteja olivat muun muassa.

”Kaikki ne tunteet, joita pelin aikana käy läpi.”

”Hienoja hetkiä ja upeita muistoja.”

Vastaavasti e-lomakkeen kysymykseen ”*Mitä huonoa kannattajuudesta on ollut?*” oli vastaajia 13 kappaletta. Vastaukset pelkistettiin 18 ilmaukseen. Aineiston ryhmittely kuuteen alaluokkaan tehtiin pelkistämisen jälkeen.

Alaluokkien ilmaukset ryhmiteltiin myös kahteen pääluokkaan. Kannattajuuden huonojen puolien osalta pääluokat olivat jaettu henkilökohtaisiin kokemuksiin ja kannattajan ympäristöön vaikuttaviin seikkoihin. Henkilökohtaisesti koettua oli ennen kaikkea se, että toiminta on välillä ”*aikaa vievää touhua*”. Lisäksi huoina puolina mainittiin *pettymykset* sekä *rahanmeno*. Vastaavasti kannattajan ympäristöön vaikuttavina huoina puolina nousi esiin *muiden fanien huono käytös* sekä *perhe- ja parisuhteiden kärsiminen*. Tässä voidaan pohtia toiminnan aikaa vievän ominaisuuden syy-seuraus -suhdetta esimerkiksi kannattajien perhe- ja parisuhteisiin. Alle on listattuna kannattajuuden huonoihin puoliin liittyviä ilmauksia.

”*Vapaa-aika pois perheen yhteisestä ajasta/harrastuksista.*”

”*Leimataan huligaaniksi.*”

Vastaajilla oli mahdollisuus kertoa vapaasti omin sanoin kannattajuuden henkilökohtaisesta merkityksestä kysymyksessä ”*Mitä kannattajuus sinulle merkitsee?*”. Kysymykseen vastasi 13 kannattajaa, joiden vastaukset pelkistettiin 21 ilmaukseen. Suoritetun aineiston pelkistämisen jälkeen ryhmiteltiin ilmaukset viiteen alaluokkaan.

Tarkastellessa alaluokkiin ryhmiteltyjä ilmauksia voidaan niistä nostaa esiin kolme merkittävää seikkaa. Faniuden merkitys kannattajalle voidaan saatujen vastausten perusteella jakaa seuraaviin henkilökohtaisiin kokemuksiin.

1) Tunteiden kokeminen

”*Kaikki elämän tunteet tulevat kannattajuudessa jollakin tavalla jossakin vaiheessa esille. On iloja ja suruja, joskus masentaa ja miettii miksi sitä oikein jaksaa panostaa tähän hommaan niin paljon. Mutta sitten tulee ne ilon hetket, jotka peittoavat aina ne aikaisemmat surut.*”

"Intohimoa."

2) Yhteenkuuluvuuden tunne

"Kuuluu suureen perheeseen."

"Pieni seura ja kaupunki haastaa isompiaan - Liiga."

"Sport on hieno seura, jolla äärettömän hyvät fanit. Olen ylpeä Red Armystä."

3) Merkittävä osa elämää

"Sport on elämäni yksi tärkeimpiä asioita."

"Tärkeä osa elämää."

10.5 Väkivallan kokemuksia jääkiekkoyleisön keskuudessa

E-lomakkeen viimeisessä kysymysparissa tiedusteltiin jääkiekkokannattajien kokemuksia väkivallasta ja sen esiintymisestä. Kysymykseen vastaaminen suoritettiin avoimen kysymyksen periaatteella, jolloin vastaaja sai omin sanoin kirjoittaa vastauksensa sille tarkoitettuun tilaan.

Saadut vastaukset jakautuivat siten, että 16 vastaajasta viisi on kokenut henkilökohtaisesti väkivaltaa joko ennen ottelua, sen aikana tai ottelun jälkeen. Sen sijaan viisi vastaajaa ilmoitti todistaneensa väkivaltaa, kuitenkin sen kohdistumatta vastaajaan. Vastaavasti kuudella vastaajalla ei ollut kokemuksia tästä.

Mikäli vastaaja oli kokenut tai todistanut väkivaltaa, niin jatkokysymyksenä tiedusteltiin väkivallan laatua sekä missä sitä tapahtui. Saaduista vastauksista voidaan todeta, että yhteenottojen syitä ovat provosointi vastustajajoukkueen kannattajille ja lisäksi puutteet turvajärjestelyissä, jotka liittyvät hallien rakenteisiin sekä yleisön sijoittamiselle katsomonosissa.

”Joskus joku on provosoitunut jostakin ja syntynyt pientä kährhämää.”

Kysymykseen vastanneet olivat todistaneet väkivaltaisia yhteenottoja niin Vaasassa, Mikkelissä, Porissa, Kokkolassa kuin Forssassa. Kokemukset painottuivat enimmäkseen vierasotteluihin, mutta myös kotiotteluissa sekä omien kannattajien keskuudessa ja välillä on ollut yhteenottoja.

”Fanimatkoilla, vierasjoukkueen kannattajien ollessa Vaasassa etc. tönimistä ja uhittelua.”

”Sekä koti- että vieraspeleissä. Fanit tapelleet keskenään ennen ja jälkeen pelin. Myös Vaasan eri kannattajaryhmät tapelleet keskenään.”

10.6 Teemahaastattelut

Haastatteluja ohjaavat teemat oli johdettu tämän työn tutkimusongelmista. Teemat oli rakennettu siten, että tutkimuksen alussa asetetut kysymykset (kts. kappale 9.1.) muodostivat haastatteluille kehyksen. Haastateltaviin oltiin alustavasti yhteydessä ja tiedusteltiin mahdollisuutta haastattelun tekoon. Alustavasti sovittiin myös haastattelun ajankohta sekä tila, jossa haastattelu voitaisiin suorittaa häiriöittä. Teknisten apuvälineiden hankinnan sekä niiden käytön opetteluun jälkeen haastattelujen ajankohdat ja tilat vahvistettiin.

Haastattelujen alussa kerrottiin sen tarkoituksesta ja tyylistä. Haastateltaville esiteltiin lyhyesti opinnäytteen tutkimustyön aihe, johon haastattelujen avulla etsittiin vastauksia. Selvennettiin teemahaastatteluun liittyvät tunnusomaiset piirteet ja korostettiin kysymyksiin vastaamisen vapaaehtoisuutta sekä anonymiteettiä. Lisäksi haastatteluaineiston käsittelystä ja hävittämisestä kerrottiin haastateltaville.

Haastattelut nauhoitettiin sanelukoneella, jotta niiden purku olisi jälkikäteen helpompaa. Haastattelujen purku suoritettiin sanelukoneen mukana tulleen tietokoneohjelman avulla ja kirjoitettiin puhtaaksi. Haastatteluista saadun

aineiston käsittelyssä käytettiin osittain hyväksi jo e-lomakkeen avoimissa kysymyksissä käytettyä aineistolähtöistä sisällönanalyysia (kts. kappale 9.2.3.), jossa haastatteluaineistosta kerättiin ensisijaisesti asetettuihin teemoihin liittyviä ilmauksia.

Kannattajuuden syntyyn vaikuttavissa tekijöissä haastatteluissa nousivat vahvasti esiin kiinnostus lajiin sekä kannatettavan seuran paikallisuus. Haastateltavat olivat olleet jo aikaisemmin kiinnostuneita jääkiekosta, ennen kuin Vaasan Sportin edesottamuksia alettiin seurata. Jääkiekossa yleisesti vastaajia kiinnostivat ennen kaikkea vauhti, fyysisyys sekä pelaajien henkilökohtainen osaaminen. Sportin kannattajaksi tuleminen mainittiin vaihtoehtojen puuttuessa osittain luonnolliseksikin valinnaksi.

Kannatustoimintaan panostettiin taloudellisesti vuositasolla noin 500 euroa, joka vertailun vuoksi mainittakoon, on saman verran kuin viikoittainen täyden kupongin lauantailotto vuoden ajan. Vastaajat eivät kokeneet toimintaan kuluvaan rahamäärää merkittävän suurena. Ajallisesti kannatustoimintaan käytettiin viikkotasolla kuudesta kymmeneen tuntia, riippuen viikoittaisesta ottelumäärästä. Merkittävä osa käytetystä ajasta oli seuraan liittyvien lehtiuutisten (pääasiassa Pohjalainen ja Vasabladet), Internetin jääkiekkosivustojen sekä seuran ja kannattajien kotisivujen keskustelupalstojen seuraamista. Haastattelujen perusteella merkittäväksi koettiin juuri Internetistä eri muodoissa saatavilla oleva tieto.

Kannattajuuden merkityksestä ja vaikutuksista henkilölle sekä sen hyvistä ja huonoista puolista korostuivat hyvinä puolina itse ottelutapahtuma, johon liittyy lajiin ominaisena osana vauhti sekä fyysisyys, tunteet voittojen ja tappioiden hetkellä ja uusien kavereiden tapaaminen. Lisäksi esiin nousivat seuran toimintaan liittyvät persoonalliset pelaajat sekä taustahenkilöt. Vaikka Sportissa toimivalla pelaajalla tai taustahenkilöllä tulee olla tarvittavat tehtävän suorittamiseen vaadittavat taidot, tiedot ja osaaminen, on itse seura kuitenkin aina merkittävämpi. Varsinaista kannattajien kokemaa tunnetilaa, jonka kannattajuus heille synnyttää ei haastatteluissa täysin selvinnyt. Tunnetta kuvattiin melko abstraktiksi, sisällä olevaksi ja vaikeasti selitettäväksi. Otteluiden seuraamista ja seuran kannattamista

pidettiin mielenkiintoisena ja mielekkäänä vapaa-ajan viettotapana. Lisäksi otteluiltoina jäähallille menemistä pidettiin itsestään selvyytenä ja se koettiin miellyttävänä.

Huonoista puolista haastattelujen myötä esille tulivat tappioiden jälkeisten tunnetilojen kokeminen sekä liika ajankäyttö Internetissä seuran keskustelupalstoja lukiessa ja siellä olevan informaation todenperäisyyden epäily. Toisaalta tiedostamalla voittojen ja tappioiden kuuluminen lajin henkeen ja tunteiden vaihtelut illasta toiseen motivoi menemään seuraavaankin otteluun, sillä seuran voittojen myötä saatu hyvinolontunne koettiin tappioiden aiheuttamaa tunnetilaa vahvempana.

11 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella voidaan nähdä kannattajuuden syntymiseen vaikuttavan ennen kaikkea kannatettavan seuran paikallisuus, kiinnostus lajiin sekä nähty ottelu paikan päällä. Tätä johtopäätöstä tukee työn teoriaosuudessa esitetyt paikallisidentiteettiin sekä faniuden syntyyn liittyvät tekstikappaleet.

Kannatustoimintaan panostaminen ajallisesti ja rahallisesti käsittää eri merkitysasteet henkilöille. Varsinkin käytetyn rahamäärän vaikutusten osalta on vaikea tehdä pitkälle meneviä johtopäätöksiä, sillä käytetty euromäärä saattaa jollekin olla huomattava menoerä ja toiselle ”taskurahaa”. Kannattajan viikoittaista ajankäyttöä tarkastellessa voidaan todeta, että suurin osa vastaajista käyttää sitä yhden ottelun ajan verran.

Merkittäväksi koettuina seikkoina jääkiekko-otteluissa koettiin saatujen vastausten perusteella laulaminen, kannustushuudot Sportin pelaajille sekä ottelun suuri yleisömäärä. Saaduista vastauksista voitaneen päätellä, että ottelun tunnelmalla on tärkeä vaikutus tapahtuman viihdyttävyyden kannalta. Oman joukkueen kovaäänisen kannattamisen tarkoituksena on tietysti oman joukkueen sytyttäminen, mutta myös vastustajajoukkueen pelin häirintä.

Kannattajuuteen liittyvien hyvien puolien osalta nousivat esiin uusiin ihmisiin tutustuminen, tekeminen vapaa-ajalle sekä sisällön tuominen elämään. Lisäksi erilaisten tunteiden kokeminen kannattajana olemisena koettiin hyvänä puolena.

Saatujen vastausten perusteella kannattajuuteen liittyvistä huonoista puolista oli nähtävillä toiminnan aikaa vievä näkökulma, pettymykset sekä rahanmeno. Lisäksi muiden fanien huono käytös ja perhe- ja parisuhteen kärsiminen koettiin huonoksi puoleksi. Puhuttaessa tietyn seuran kannattajaryhmästä muodostaa ympäristö oman käsityksensä ja kuvansa niin itse seurasta kuin sen kannattajista. Marginaalisen osan huono käyttäytyminen saattaa leimauttaa yleisessä näkökulmassa koko muun kannattajaryhmän toiminnan ja kehittämisen. Suurin

osa kannattajista on luomassa jääkiekko-otteluissa ennen kaikkea hyvää tunnelmaa ja osaltaan lisäämässä lajin seuraamisen viihdyttävyyttä.

Väkivaltatilanteiden kokeminen jääkiekkotapahtumissa vaihteli vastaajien keskuudessa. Osa oli kokenut henkilökohtaisesti väkivaltaa, osa nähnyt ja osalla ei ollut lainkaan kokemuksia väkivallan esiintyvyydestä. Väkivaltaisista tilanteista oli koettu niin koti- kuin vierasotteluiden yhteydessä kuin myös kannattajaryhmien välillä ja keskuudessa.

Kannattajuuden merkityksestä henkilölle voidaan yhteenvetona tämän tutkimuksen perusteella sanoa sen olevan tunnetasolla merkittävää. Kannattamisen myötä koetut voittojen ja tappioiden kokemukset kulkevat kannattajien mukana vuodesta toiseen ja juuri voittojen ja menestysten mukanaan tuomat tunnekokemukset ovat niitä motiiveja, joihin kannattajat ovat toimintaansa panostamassa. Lisäksi yhteenkuuluvuuden tunne, jossa samanhenkiset ja vahvan paikallisidentiteetin omaavat ihmiset ovat kokoontuneet oman yhteisen tavoitteen vuoksi, tuo kannattajalle mahdollisuuden tuoda ja nähdä oman panostuksen merkityksellisyyden suuremmassa kokonaisuudessa.

12 POHDINTA

Tutkimuksen alkuperäisenä tarkoituksena oli tutustua vaasalaisiin jääkiekko- ja jalkapallokannattajiin. Työn rajaamiseksi tutkimuksen kohderyhmäksi valittiin lopulta vaasalaiset jääkiekkokannattajat ja Red Armyn jäsenet. Työn edetessä kävi kuitenkin ilmi, että Vaasan Sportin kannattajissa on paljon aktiivitoimijoita, jotka eivät ole Red Armyn rekisterissä.

Tutkimusta suunnitellessa keskeisimmät kysymykset liittyivät kannattajien kokemuksiin faniudesta ja sen synnystä, ryhmään kuulumisen vaikutuksella kannattajan sosiaaliseen elämään, ryhmän toimintaan liittyviin seikkoihin sekä kannattajuuteen käytetyistä taloudellisesta ja ajallisesta panostuksesta. Lisäksi ajankohtaisena ja keskustelua herättävänä tutkimuskohteena oli jääkiekkokatsomoissa ja -tapahtumissa ajoittain esiintyvä väkivalta ja kuinka kannattajat olivat sitä todistaneet. Väkivaltakysymyksen kohdalla päädyin työn rajaamiseksi ainoastaan lyhyesti mainitsemaan sen esiintyvyydestä.

Olin tyytyväinen saatujen vastausten lukumäärään, vaikka luotettavuuden kannalta olisi suurempi kohderyhmä tarjonnut paremman näkökulman aiheeseen. Tarkastellessa ihmisten tuntemuksia tulisi tutkittavan joukon olla riittävän laaja, jotta saaduista vastauksista voitaisiin vetää luotettavampia johtopäätöksiä. Toisaalta kohderyhmän rajaaminen tällä tavalla helpotti kyselyjen suuntaamista sekä mahdollisti niiden toimivamman jakelun.

Työn edetessä huomasin pohtivani tekemiäni ratkaisuja ja käyttämiäni menetelmiäni kriittisesti ja voin todeta tässä vaiheessa, että suurempi määrä teemahaastatteluja olisi tuonut syvemmän näkökulman juuri kannattajan kokemuksiin ja tuntemuksiin tarkastellessa. Lisäksi aktiivisempi ”kenttätö”, jolla tarkoitan ahkerampaa otteluissa käyntiä, ”tunnelman haistelua”, aiheeseen liittyvien keskustelupalstojen kommenttien ja mielipiteiden tarkempaa tarkastelua sekä tiiviimpi kontakti kannattajiin olisi entisestään syventänyt näkemystäni aihepiiristä.

Työn tekeminen yksin toi mukanaan monia haasteita. Työparin kanssa olisi voinut tarkastella tehtyjä asioita yhdessä, keskustella heränneistä ajatuksista ja mukana olisi ollut toisen henkilön näkökulma, työpanos, tuki ja motivointi. Yksin tekemisen hyvänä puolena voin tietysti mainita kalenterien synkronisoinnin tarpeettomuuden, kun työtä saattoi tehdä juuri silloin kuin se itselle sopi, vaikka yömyöhään. Toisaalta ”pakonomainen” yhteisen ajan järjestäminen saattaa olla työn valmistumisen kannalta myös siunaus, jolloin välttyisi helpommin muun muassa ”pitäisi tehdä” ja ”jos vaikka huomenna” -ajatuksilta.

Aikataulutukseen liittyvät ongelmat olivatkin päällimmäiset työtä tehdessä, kun kesätyö ja muu elämä vei aikaa ja voimavaroja. Motivaatioon liittyvät ongelmat tulivat vastaan vaiheessa, jolloin tuntui että ajatus on kadonnut tai huomattessani olevani tekemisissä vaikeasti ymmärrettävän asian kanssa. Tämän seikan voi toisaalta ottaa vastaan myös haasteena tai kääntyä ohjaajan puoleen.

Opinnäytetyön aiheen varhainen valinta ja alustus varmasti helpottavat työn varsinaista tekemistä, kun siihen pääsee rauhassa tutustumaan ja tekemään alustavia taustatöitä. Lisäksi valittuun aiheeseen kohdistuva mielenkiinto ja kenties aikaisempi kokemus on tärkeä tekijä eri työvaiheissa. Tarvittaessa olen saanut työni tekemiseen tukea, ohjausta ja ajatuksia opinnäytetyöni ohjaajalta yliopettaja Hans Frantzilta, muulta koulun henkilökunnalta, ystäviltäni sekä koulutovereiltani. Heidän panoksensa on ollut merkittävä tämän työn valmistumisen kannalta ja esitän suuret kiitokseni heille siitä tässä yhteydessä.

Työtä tehdessä oli mielenkiintoista huomata, kuinka tärkeäksi osaksi vapaa-aikaansa ihmiset kokivat oman joukkueensa kannattamisen ja edesottamusten seuraamisen. Lisäksi saaduista vastauksista voidaan nähdä kannattajuuden merkityksen tärkeys ihmiselle. Meillä jokaisella on kiinnostuksemme kohteet ja niiden ylläpitämiselle ja niihin panostamiseen on jokaisella omat sisältäpäin tunnetasolta johdetut motiivit. Näiden henkilökohtaisten merkitysten tunnistaminen ja hyväksyminen saattaisi olla ihmissuhteissa tärkeää, sillä käänteisesti ajatellen henkilökohtaisesti merkittäväksi koetun asian vähättely ja arvostelu voi koskettaa pahimmillaan henkilön identiteettiä sitä heikentävästi.

Kannattajuutta ajatellessa ja sivusta seuraten saatetaan se helposti nähdä passiivisena kuluttamisena verrattaessa yleisemmin hyväksyttäviin harrastusmuotoihin, joissa olennaista on konkreettinen tekeminen esimerkiksi erilaisten kuntoilumuotojen viidakossa. Ihmisen kokonaisvaltaista hyvinvointia ajatellen olisi kuitenkin syytä pohtia kannattajuuden merkitystä yksilölle osana arjesta irrottautumista jääkiekkoviihteen keinoin.

Jatkotutkimuksina aiheesta voisivat olla eri paikkakuntien kannattajien väliset vertailut sekä vertailu eri sarjatasojen kannattajien kesken. Tutkimus jääkiekkoyleisöstä yleisellä tasolla, jolloin voitaisiin pohtia jääkiekon viehättävyyttä ja vetovoimaa. Joukkotapahtumissa esiintyvään epäsosiaaliseen käyttäytymiseen tässä työssä ei ollut mahdollista kunnolla paneutua, joten sen tutkiminen sosiaalipsykologisessa mielessä yhdistettynä jääkiekko-otteluun voisi tulla kysymykseen. Mielenkiintoisena tutkimuskohteena voisi olla lisäksi Ultras-ryhmittymien fanitoiminta oheistoimintoineen ja merkityksineen.

LÄHDELUETTELO

Anttila, Anu-Hanna 2001. ”Hunajata, hunajata.” TPS:n suuri yleisö. Teoksessa Anttila, Anu-Hanna & Ruonavaara, Hannu (toim.), Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä. Turku. Kirja-Aurora & Turun yliopiston sosiologian laitos.

Grossberg, Lawrence 1995. Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa. Tampere. Vastapaino.

Guttmann, Allen 1986. Sports Spectators. New York. Columbia University Press.

Heinonen, Harri 2003. Kaukokannattajat ruudun äärellä. Englantilaisen jalkapallojoukkue Evertonin suomalaiset fanit. Teoksessa Kovala, Urpo & Saresma, Tuija (toim.), Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Helkama, Klaus & Myllyniemi, Rauni & Liebkind, Karmela 1998. Johdatus sosiaalipsykologiaan. 2. painos. Helsinki. Edita.

Helkiö, Henna-Riikka & Vanhatalo, Kari 2005. Karhunkierros 1/2005. Helsingin yliopiston satakuntalainen osakunta [online]. [Viitattu 2.9.2009]. Saatavilla [www-](http://www.muodossa:)muodossa:

<URL:http://www.satakuntalainenosakunta.fi/j/images/stories/karhunkierros/kk_05_1_web.pdf>.

Himberg, Lea & Jauhiainen, Riitta 1998. Suhteita - Minä, me ja muut. 1. painos. Porvoo. WSOY.

Hirsjärvi, Irma 2009. Faniuden siirtymiä. Suomalaisen science fiction -fandomin verkostot. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 1995. Teemahaastattelu. Helsinki. Yliopistopaino.

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 1997. Tutki ja kirjoita. 6., uudistettu laitos. Helsinki. Tammi.

Hooligans: foreign fields 2002. Esitetty 25.2.2007, Viasat Explorer. BBC, Iso-Britannia.

Hornby, Nick 2000. Hornankattila. Juva. WSOY.

Jauhiainen, Riitta & Eskola, Marjatta 1994. Ryhmäilmiö. Juva. WSOY.

Jenson, Joli 1992. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. Teoksessa Lewis, Lisa A. (toim.), The Adoring Audience: fan culture and popular media. Great Britain. Clays Ltd, St Ives plc.

Kopakala, Aku 2005. Porukka, jengi, tiimi: Ryhmädynamiikka ja siihen vaikuttaminen. Helsinki, Edita Prima Oy.

Kulmala, Ilkka 2009. Keski-suomalainen 4.9.2009. SM-liigaseurojen talous kuralla [online]. [Viitattu 30.9.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.ksml.fi/kiekko/uutiset/tappiot-j%C3%A4yt%C3%A4v%C3%A4t-liigayhti%C3%B6it%C3%A4/225110>](http://www.ksml.fi/kiekko/uutiset/tappiot-j%C3%A4yt%C3%A4v%C3%A4t-liigayhti%C3%B6it%C3%A4/225110).

Lahikainen, Anja Riitta & Pirttilä-Backman, Anna-Maija 1996. Sosiaalipsykologian perusteet. 1. painos. Keuruu. Otava.

Liebkind, Karmela 1988. Me ja muukalaiset - ryhmärajat ihmisten suhteissa. Helsinki. Painokaari Oy.

Nikunen, Kaarina 2005. Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhaten taitteen Suomessa. Tampere: Acta Electronica Universitatis Tamperensis 460 [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6387-0.pdf>](http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6387-0.pdf).

Nikunen, Kaarina 2008. Uusia katseita faniudesta faniuksiin. Teoksessa Nikunen, Kaarina (toim.), Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Vaajakoski. Gummerus Kirjapaino Oy.

Nyman, Ahti 16.2.2007. Sosiaalipsykologia (luento). Vaasa. Vaasan ammattikorkeakoulu.

Ojanen, Markku 2007. Positiivinen psykologia. Helsinki. Edita.

Pakkanen, Jukka & Pakkanen, Mitri 2009. Isä vs. Poika: Miten tullaan kannattajaksi? [online]. [Viitattu 2.9.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://www.canalplus.fi/pakkaset_200209>](http://www.muodossa.fi/URL:http://www.canalplus.fi/pakkaset_200209).

Red Army 2009. Liittyminen ja jäsenedut [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://www.redarmy.fi/jasenedut/4/liittyminen-ja-jasenedut>](http://www.muodossa.fi/URL:http://www.redarmy.fi/jasenedut/4/liittyminen-ja-jasenedut).

Ruonavaara, Hannu 2001. Jääkiekko ja paikallinen identiteetti. Teoreettisia lähtökohtia ja empiirisiä havaintoja. Teoksessa Anttila, Anu-Hanna & Ruonavaara, Hannu (toim.), Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyhteisöstä. Turku. Kirja-Aurora & Turun yliopiston sosiologian laitos.

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [online]. [Viitattu 10.9.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_6_1_2.html>](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_6_1_2.html).

Satakunnan Kansa 12.4.2009. Sportin ultrat toivat keskieuropalaisen katsomoväkivallan Poriin [online]. [Viitattu 2.9.2009]. Saatavilla [www-muodossa: <URL:http://www.satakunnankansa.fi/cs/Satellite/Urheilu/1194616857171/artikkeli/sportin+ultrat+toivat+keskieuropalaisen+katsomovakivallan+poriin.html>](http://www.muodossa.fi/URL:http://www.satakunnankansa.fi/cs/Satellite/Urheilu/1194616857171/artikkeli/sportin+ultrat+toivat+keskieuropalaisen+katsomovakivallan+poriin.html).

Sport 2003. Vuosikirja - Årsbok 2002–2003.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki. Tammi.

Turtiainen, Riikka 2008. Aktiivisen urheilun kantapäillä. Fanaattisia mediaurheilun kuluttajia kategorisoimassa. Teoksessa Nikunen, Kaarina (toim.),

Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Vaajakoski. Gummerus Kirjapaino Oy.

Vaasan Sport 2009a. Vaasan Sportin historia/1960-luku [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL:<http://www.vaasansport.fi/1960-luku.433.html>>.

Vaasan Sport 2009b. Red Army/Kannattajayhdistys [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla [www-muodossa:](http://www.vaasansport.fi/Kannattajayhdistys.442.html) <URL:<http://www.vaasansport.fi/Kannattajayhdistys.442.html>>.

Wikipedia 2009a. Vaasan Sport [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL:http://fi.wikipedia.org/wiki/Vaasan_Sport>.

Wikipedia 2009b. Vaasa Arena [online]. [Viitattu 3.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL:http://fi.wikipedia.org/wiki/Vaasa_Arena>.

LIITE 1

Hei!

Olen kolmannen vuoden sosionomiopiskelija ja teen opinnäytetyöni liittyen vaasalaisiin aktiivijääkiekkokannattajiin. Oheisen kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vaasalaisen aktiivikannattajan kokemuksia omasta kannattajuudestaan, sen synnystä sekä siihen käytetyistä ajallisista ja taloudellisista panostuksista.

Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja vastaukset ovat nimettömiä.

Vastaathan 19.4.2009 mennessä.

Opinnäytetyötäni ohjaa Vaasan ammattikorkeakoulun yliopettaja Hans Frantz, puh. 050 323 8976, hans.frantz@puv.fi.

Terveisin,

Joni Suvanto

Hej!

Jag är tredje årets socionomstuderande och gör mitt lärdomsprov om aktiva ishockeysupportrar i Vasa. Med enkäten vill jag kartlägga supportrarnas egna erfarenheter om supportandet, hur supportandet har uppstått och den tidsmässiga och ekonomiska satsningen till det.

Det är frivilligt att delta i undersökningen och svaren är anonyma.

Svara vänligen senast 19.4.2009.

Överlärare Hans Frantz vid Vasa yrkeshögskola, tfn. 050 323 8976, hans.frantz@puv.fi, handleder mitt lärdomsprov.

Med vänlig hälsning,

Joni Suvanto

Tutkimus jääkiekkokannattajuudesta Vaasassa

Kysymykset 1-4 kartoittavat vastaajan perustietoja. Kysymyksissä 5-8 on tavoitteena tutkia muun muassa sitä, kuinka paljon kannattajuuteen panostetaan ajallisesti ja taloudellisesti. Asenteita mitataan kysymyksien 9 ja 10 kohdalla. Kohdat 11–15 ovat avoimia kysymyksiä.

1. Sukupuoli 1 Mies 2 Nainen

2. Ikä 15 - 19

20 - 24

25 - 29

30 - 34

35 - 39

40 - 44

45 - 49

50 - 54

55 - 59

3. Ammatti / työnimike?

4. Asuinpaikkakunta

5. Kuinka kauan olet ollut Sportin kannattaja?

alle vuoden

1 - 2 vuotta

3 - 4 vuotta

5 - 7 vuotta

8 - 10 vuotta

11 - 15 vuotta

16 - 20 vuotta

21 - 25 vuotta

26 - 30 vuotta

yli 30 vuotta

6. Kuinka paljon aikaa käytät viikossa seuran kannatustoimintaan?

alle tunnin

1 - 3 tuntia

4 - 6 tuntia

7 - 9 tuntia

10 - 12 tuntia

yli 12 tuntia

7. Kuinka paljon rahaa käytät vuosittain seuran kannatustoimintaan? (kausikortit, pääsyliput, matkat, jäsenmaksut yms.) HUOM! EI fanituotteita.

alle 50 euroa

51 - 200 euroa

201 - 400 euroa

401 - 700 euroa

701 - 1000 euroa

1001 - 1300 euroa

1301 - 1600 euroa

1601 - 2000 euroa

2001 - 2500 euroa

yli 2500 euroa

8. Omistamiesi fanituotteiden arvo euroissa? (fanipaidat, kaulaliinat, faniliput yms.)

alle 50 euroa

51 - 100 euroa

101 - 300 euroa

301 - 500 euroa

501 - 700 euroa

701 - 1000 euroa

1001 - 1500 euroa

1501 - 1999 euroa

yli 2000 euroa

9. Millainen vaikutus on ollut seuraavilla tekijöillä Sport -kannattajuutesi alkamiselle?

1 Olematon

2 Erittäin vähäinen

3 Vähäinen

4 Kohtalainen

5 Suuri

6 Erittäin suuri

7 Tärkein tekijä

Ystävät/kaverit/luokkatoverit

Vanhemmat

Sukulaiset

Naapurit

Seuran taustahenkilö (valmentaja, huoltaja, lääkäri yms.)

Suosikkipelaaja

Kiinnostus lajiin

Oma pelaajaura

Kotikaupungin joukkue

Seuran värit

Nähty ottelu paikan päällä

Nähty ottelu televisiosta

10. Kuinka merkittävänä koet henkilökohtaisesti seuraavat jääkiekko-otteluun liittyvät seikat?

- 1 En lainkaan merkittävänä
- 2 Harvoin merkittävänä
- 3 Silloin tällöin merkittävänä
- 4 Merkittävänä
- 5 Usein merkittävänä
- 6 Erittäin merkittävänä

Laulaminen

Kannustushuudot Sportin pelaajille

Suuri yleisömäärä

“Värin tunnustaminen” (pukeutuminen mm. fanipaitaan, fanikaulaliinaan yms.)

Tuttujen tapaaminen

Erätauot (makkara, kahvi, olut yms.)

Vastapuolen pelaajille huutelu

Tuomareiden kritisointi

Huutelu vastustajajoukkueen kannattajille

Maalien määrä ottelussa

Oman suosikkipelaajan onnistunut peliesitys

Vierasotteluihin matkustaminen

Sportin otteluiden kuunteleminen radiosta

Sportin otteluiden seuraaminen televisiosta, teksti-tv:stä, Internetistä

Sportin voitto mielestäsi huonolla pelillä

Sportin tappio mielestäsi hyvällä pelillä

11. Mitä hyvää kannattajuudesta on ollut sinulle?**12. Mitä huonoa kannattajuudesta on ollut sinulle?**

- 13. Mitä kannattajuus merkitsee sinulle? (Kerro vapaasti omin sanoin).**
- 14. Oletko kokenut väkivaltaa ennen ottelua, sen aikana tai ottelun jälkeen?**
- 15. Jos vastasit kyllä kysymykseen 14, niin missä ja millaista?**

Undersökning om ishockeysupportandet i Vasa

Frågorna 1-4 kartlägger deltagarnas basuppgifter. Med frågorna 5-8 undersöks bl.a. den tidsmässiga och ekonomiska satsningen på supportandet. Frågorna 9 och 10 kartlägger attityder. Frågorna 11-15 är öppna frågor.

1. Kön 1 Man 2 Kvinna

2. Ålder 15 - 19

20 - 24

25 - 29

30 - 34

35 - 39

40 - 44

45 - 49

50 - 54

55 - 59

3. Yrke

4. Hemort

5. Hur länge har du supportat Sport?

under 1 år

1 - 2 år

3 - 4 år

5 - 7 år

8 - 10 år

11 - 15 år

16 - 20 år

21 - 25 år

26 - 30 år

över 30 år

6. Hur mycket tid använder du till lagets supporteraktiviteter i veckan?

under 1 timme

1 - 3 timmar

4 - 6 timmar

7 - 9 timmar

10 - 12 timmar

över 12 timmar

7. Hur mycket pengar använder du till lagets supporteraktiviteter årligen? (säsongkort, inträdesbiljetter, resor, medlemsavgifter etc.)

under 50 euro

51 - 100 euro

201 - 400 euro

401 - 700 euro

701 - 1000 euro

1001 - 1300 euro

1301 - 1600 euro

1601 - 2000 euro

2001 - 2500 euro

över 2500 euro

8. Dina supporterprylars värde i euro? (fanskjortor, halsdukar, fanflaggor etc)

under 50 euro

51 - 100 euro

101 - 300 euro

301 - 500 euro

501 - 700 euro

701 - 1000 euro

1001 - 1500 euro

1501 - 2000 euro

över 2000 euro

9. Hurdan inverkan har följande faktorer haft på att du börjat supporta Sport?

1 Obetydlig

2 Mycket låg

3 Låg

4 Måttlig

5 Stor

6 Mycket stor

7 Störst inverkan

Vänner/kompisar/klasskamrater

Föräldrar

Släktingar

Grannar

Föreningens bakgrundsperson (tränare, serviceman, läkare etc.)

Favoritspelare

Intresse för grenen

Egen spelarkarriär

Hemstadens lag

Lagets färger

En viss match sedd på plats

En viss match sedd på TV

10. Hur viktiga anser du att följande ishockeyrelaterade påståenden personligen är för dig?

- 1 Obetydliga
- 2 Sällan viktiga
- 3 Viktiga då och då
- 4 Viktiga
- 5 Viktiga ofta
- 6 Extremt viktiga

Sång

Sporrande rop åt Sports spelare

Stor publik

Att man "bekänner färg" (man klär sig bl.a. i fanskjorta, fänhalsduk etc.)

Träffa bekanta

Pauserna mellan perioderna (korv, kaffe, öl osv.)

Rop åt motståndarspelarna

Kritiserande av domare

Ropande åt motståndarnas supportrar

Antal mål i matchen

En lyckad spelprestation av din favoritspelare

Resande till bortamatcher

Lyssna på Sports matcher i radion

Följa med Sports matcher på TV, text-tv eller Internet

Sportseger med dåligt spel (din åsikt)

Sportförlust med bra spel (din åsikt)

11. Vilka positiva upplevelser har du fått genom supportandet?

12. Vilka negativa upplevelser har du fått genom supportandet?

13. Vad betyder det för dig att vara supporter? (Berätta fritt med egna ord).

14. Har du upplevt våld före, under eller efter ishockeymatchen?

15. Om du svarade ja på fråga 14, var och hurdant våld?